

YÖNETİM VE EKONOMİ YÖNEKO

Yıl: 2023 Cilt: 30

Sayı : 4

ISSN: 1302-0064
E-ISSN-2458-8253

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS JOME

Year: 2023 Volume: 30 Issue:4

ISSN:1302-0064
E-ISSN-2458-8253

 MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
MANİSA CELAL BAYAR UNIVERSITY THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL

Y Ö N E T İ M
VE
E K O N O M İ
YÖNEKO

Yıl: 2023 Cilt: 30 Sayı : 4

ISSN:1302-0064
E-ISSN-2458-8253

JOURNAL OF
MANAGEMENT
AND
ECONOMICS
JOME

Year: 2023 Volume: 30 Issue: 4

ISSN:1302-0064
E- ISSN-2458-8253

 **MANISA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**
MANISA CELAL BAYAR UNIVERSITY THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL

YÖNETİM

VE

EKONOMİ (E-ISSN-2458-8253) / (ISSN-1302-0064)

Sahibi:

Yönetim Kurulu Adına İ.İ.B.F. Dekanı
Prof.Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ

Editör:

Prof.Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ

Yardımcı Editörler:

Prof.Dr. Tuncer ÖZDİL

Prof.Dr. Melih ÖZÇALIK

Alan Editörleri:

Prof.Dr. Mustafa MIYNAT

Doç.Dr. Ece DEMİRAY

Doç.Dr. Özgür Hakan ÇAVUŞ

Dr.Öğr.Üyesi İsmail BAŞARAN

Prof.Dr. Sibel SELİM

Doç.Dr. Koray KAYALIDERE

Dr.Öğr.Üyesi Feyda SAYAN CENGİZ

Editörler Kurulu:

Prof.Dr. A. Kemal ÇELEBİ (MCBÜ)
Prof.Dr. Mustafa MIYNAT (MCBÜ)
Prof.Dr. C. Erdem HEPAKTAN (MCBÜ)
Prof.Dr. Halit YANIKKAYA (GTÜ)
Prof.Dr. İhsan IŞIK (ROWAN)
Prof.Dr. Nazmi SARI (USASK)
Prof.Dr. Rainer WEHNER (FHWS)
Prof.Dr. Syrgak KYDYRALIEV (AUCA)
Doç.Dr. Zümrüt ECEVİT SATI (İÜ)

Prof.Dr. Tuncer ÖZDİL (MCBÜ)
Prof.Dr. Hüseyin AKTAŞ (MCBÜ)
Prof.Dr. Serhat BAŞTAN (MCBÜ)
Prof.Dr. Anarkül URDALETOVA (KTMU)
Prof.Dr. Mitchell CHARKIEWICZ (CCSU)
Prof.Dr. Pavel Vasilevich DRUZHININ (KRC)
Prof.Dr. Sławomir KALINOWSKI (İRWRPAN)
Doç.Dr. Alparslan UĞUR (KKÜ)

Dil Editörleri

Doç.Dr. Deniz DİRİK (MCBÜ)

Arş.Gör. Fatin Şevki BULUT (MCBÜ)

Teknik Editör

Arş.Gör. Abdullah Marufoğlu (MCBÜ)

Sekreteryaya:

Arş.Gör.Dr. Osman GÜLDEN
Arş.Gör. Fatin Şevki BULUT
Arş.Gör.Dr. Can KARABIYIK
Arş.Gör. Gizem KILIÇ AKYILDIZ
Arş.Gör.Dr. Kahraman SÜVARİ

Arş.Gör. Abdullah MARUFOĞLU
Arş.Gör. Ayşe EFE
Arş.Gör. Erdi Bayram
Arş.Gör. Hülya YEŞİLYURT TEMEL
Arş.Gör.Dr. Mehmet SANDAL

Bu Sayımızın Hakem Kurulu

- Prof.Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniv.)
- Prof.Dr. Çağrı KÖROĞLU (Aydın Adnan Menderes Üniv.)
- Prof.Dr. İlhan EROĞLU (Tokat Gaziosmanpaşa Üniv.)
- Prof.Dr. Ketii VENTURA (Ege Üniv.)
- Prof.Dr. Metin KARADAĞ (Ege Üniv.)
- Prof.Dr. Nihat BATMAZ (Pamukkale Üniv.)
- Prof.Dr. Ömer TURUNÇ (Antalya Bilim Üniv.)
- Prof.Dr. Zeliha ESER (Başkent Üniv.)
- Doç. Dr. Ayça Can KIRGIZ (İstanbul Kent Üniv.)
- Doç. Dr. Baki DEMIREL (Manisa Celal Bayar Üniv.)
- Doç. Dr. Hilmiye TÜRESİN TETİK (Manisa Celal Bayar Üniv.)
- Doç. Dr. Kemal EROĞLUER (Milli Savunma Üniv.)
- Doç. Dr. Muhammet Caner ILGAROĞLU (Düzce Üniv.)
- Doç. Dr. Selim Baha YILDIZ (Manisa Celal Bayar Üniv.)
- Doç. Dr. Şeyda Nur SEÇKİN (İnönü Üniv.)
- Dr.Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI (Harran Üniv.)
- Dr.Öğr. Üyesi Esengül SALIHOĞLU (Sivas Cumhuriyet Üniv.)
- Dr.Öğr. Üyesi Hilal ŞEKER (Amasya Üniv.)
- Prof.Dr. Adem ÖĞÜT (Necmettin Erbakan Üniv.)
- Prof.Dr. Gresi SANJE (İstanbul Nişantaşı Üniv.)
- Prof.Dr. İsmail BEKCI (Süleyman Demirel Üniv.)
- Prof.Dr. Lütfiye ÖZDEMİR (İnönü Üniv.)
- Prof.Dr. Nejdet DURAK (Süleyman Demirel Üniv.)
- Prof.Dr. Nihat SOLAKOĞLU (Çankaya Üniv.)
- Prof.Dr. Salih GÜNEY (İstanbul Aydın Üniv.)
- Doç. Dr. Alptekin ULUTAŞ (İnönü Üniv.)
- Doç. Dr. Aylin TOPAL YILMAZ (ODTÜ)
- Doç. Dr. Can ÖZTÜRK (Çankaya Üniv.)
- Doç. Dr. İsmail METİN (Eskişehir Osmangazi Üniv.)
- Doç. Dr. Merve TUNCAY (Sivas Cumhuriyet Üniv.)
- Doç. Dr. Murat BAYRAM (Pamukkale Üniv.)
- Doç. Dr. Serkan CURA (Manisa Celal Bayar Üniv.)
- Doç. Dr. Tufan SARITAŞ (KMÜ)
- Dr.Öğr. Üyesi Cemal Ersin SILIK (AHBV Üniv.)
- Dr.Öğr. Üyesi Gülşen SEVEN (TED Üniv.)

İletişim Adresi: Prof.Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Şehit Prof.Dr. İlhan Varank Kampüsü 45140, Yunussemre, Manisa

Yönetim ve Ekonomi yılda dört sayı olarak yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimiz **TRDizin**, **EconLit**, **EBSCO**, **ASOS**, **DOAJ**, **ProQuest** ve **SOBİAD** veri tabanına kayıtlıdır.

Dergide yer alan yazılarda ileri sürülen görüşler yazarlara aittir, yayımlayan kurumu bağlamamaktadır.

©Copyright: MCBÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Aralık 2023 **Basım Yeri:** M.C.B.Ü Matbaası – MANİSA

Tel: 0 (236) 201 80 44

Fax: 0 (236) 201 80 10

e-mail: iibf-dergi@cbu.edu.tr

URL: <https://dergipark.org.tr/yonveek>

**JOURNAL OF
MANAGEMENT
AND
ECONOMICS** (E-ISSN-2458-8253) / (ISSN-1302-0064)

Owner:

The Faculty of Dean
Prof.Dr. Cuneyt Yenal KESBIC

Editor:

Prof.Dr. Cuneyt Yenal KESBIC

Co-Editors:

Prof.Dr. Tuncer OZDİL Prof.Dr. Melih OZCALIK

Field Editors:

Prof.Dr. Mustafa MIYNAT Prof.Dr. Sibel SELİM
Assoc.Prof.Dr. Ece DEMIRAY Assoc.Prof.Dr. Koray KAYALIDERE
Assoc.Prof.Dr. Ozgur Hakan CAVUS Assist.Prof.Dr. Feyda SAYAN CENGİZ
Assist.Prof.Dr. Ismail BASARAN

Editorial Board:

Prof.Dr. A. Kemal CELEBI (MCBU) Prof.Dr. Tuncer OZDİL (MCBU)
Prof.Dr. Mustafa MIYNAT (MCBU) Prof.Dr. Huseyin AKTAS (MCBU)
Prof.Dr. C. Erdem HEPAKTAN (MCBU) Prof.Dr. Serhat BASTAN (MCBU)
Prof.Dr. Halit YANIKKAYA (GTU) Prof.Dr. Anarkul URDALETOVA (KTMU)
Prof.Dr. Ihsan ISIK (ROWAN) Prof.Dr. Mitchell CHARKIEWICZ (CCSU)
Prof.Dr. Nazmi SARI (USASK) Prof.Dr. Pavel Vasilevich DRUZHININ (KRC)
Prof.Dr. Rainer WEHNER (FHWS) Prof.Dr. Sławomir KALINOWSKI (IRWIRPAN)
Prof.Dr. Syrgak KYDYRALIEV (AUCA) Assoc.Prof.Dr. Alparslan UGUR (KKU)
Assoc.Prof.Dr. Zumrut ECEVIT SATI (IU)

Language Editors:

Assoc. Prof. Dr. Deniz Dirik (MCBU) Res.Assist. Fatin Sevki BULUT (MCBU)

Technical Editor

Res.Assist. Abdullah Marufoglu (MCBU)

Secretariat:

Res.Assist.Dr. Osman GULDEN Res.Assist. Abdullah MARUFOGLU
Res.Assist. Fatin Sevki BULUT Res.Assist. Ayse EFE
Res.Assist.Dr. Can KARABIYIK Res.Assist. Erdi BAYRAM
Res.Assist. Gizem KILIC AKYILDIZ Res.Assist. Hulya YESILYURT TEMEL
Res.Assist.Dr. Kahraman SUVARI Res.Assist.Dr. Mehmet SANDAL

The Advisory Board in This Issue

- Prof. Dr. Abdullah CALISKAN (Toros Univ.)
- Prof. Dr. Cagri KOROGLU (Aydin Adnan Menderes Univ.)
- Prof. Dr. Ilhan EROGLU (Tokat Gaziosmanpasa Univ.)
- Prof. Dr. Ketii VENTURA (Ege Univ.)
- Prof. Dr. Metin KARADAG (Ege Univ.)
- Prof. Dr. Nihat BATMAZ (Pamukkale Univ.)
- Prof. Dr. Omer TURUNC (Antalya Bilim Univ.)
- Prof. Dr. Zeliha ESER (Baskent Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Ayca CAN KIRGIZ (Istanbul Kent Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Baki DEMIREL (Manisa Celal Bayar Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Hilmiye TURESIN TETIK (Manisa Celal Bayar Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Kemal EROGLUER (Milli Savunma Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Muhammet Caner ILGAROGU (Duzce Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Selim Baha YILDIZ (Manisa Celal Bayar Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Seyda Nur SECKIN (Inonu Univ.)
- Asst. Prof. Dr. Ali Riza MANCI (Harran Univ.)
- Asst. Prof. Dr. Esengul SALIHOGLU (Sivas Cumhuriyet Univ.)
- Asst. Prof. Dr. Hilal SEKER (Amasya Univ.)
- Prof. Dr. Adem OGUT (Necmettin Erbakan Univ.)
- Prof. Dr. Gresi SANJE (Istanbul Nisantasi Univ.)
- Prof. Dr. Ismail BEKCI (Suleyman Demirel Univ.)
- Prof. Dr. Lutfiye OZDEMIR (Inonu Univ.)
- Prof. Dr. Nejdet DURAK (Suleyman Demirel Univ.)
- Prof. Dr. Nihat SOLAKOGLU (Cankaya Univ.)
- Prof. Dr. Salih GUNEY (Istanbul Aydin Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Alptekin ULUTAŞ (İnönü Üniv.)
- Assoc. Prof. Dr. Aylin TOPAL YILMAZ (ODTU)
- Assoc. Prof. Dr. Can OZTURK (Cankaya Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Ismail METIN (Eskisehir Osmangazi Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Merve TUNCAY (Sivas Cumhuriyet Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Murat BAYRAM (Pamukkale Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Serkan CURA (Manisa Celal Bayar Univ.)
- Assoc. Prof. Dr. Tufan SARITAS (KMU)
- Asst. Prof. Dr. Cemal Ersin SILIK (AHBV Univ.)
- Asst. Prof. Dr. Gulsen SEVEN (TED Univ.)

Communication: Prof.Dr. Cuneyt Yenal KESBIC

Manisa Celal Bayar University

The Faculty of Economic and Administrative Sciences

Sehit Prof.Dr. Ilhan Varank Campus 45140, Yunusemre, MANİSA

The Journal of Management and Economics is an international refereed journal published four times a year. The Journal of Management and Economics is indexed in TRDizin, EconLit, EBSCO, ASOS, DOAJ, ProQuest and SOBIAD.

The author(s) is (are) the sole responsible for the opinion and views stated in the articles.

©Copyright: MCBU The Faculty of Economic and Administrative Sciences – December 2023

Tel: 0 (236) 201 80 44

Fax: 0 (236) 201 20 10

e-mail: iibf-dergi@cbu.edu.tr

URL: https://dergipark.org.tr/yonveek

YÖNETİM VE EKONOMİ

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2023 Cilt: 30 Sayı: 4 E-ISSN-2458-8253 / ISSN-1302-0064

İÇİNDEKİLER

Ali Kemal BAŞBUĞ Aziz BOSTAN	Bilişsel Önyargı ve Yanılsamaların Emeklilik Tasarrufları Üzerinde Etkileri.....	639
Aykut ÖRKÜP	Bir İmkânsız Kimlik Örneği olarak “Zapatista”: Rancière’de Öznelleşme ve EZLN.....	653
Aysel ARSLAN Hasan GÜL	Kendi Kendine Liderliğin Yaşam Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma.....	671
Caner DİNCER	Çevrimiçi Marka Topluluklarında Satın Alma Niyeti: Tüketicinin Güçlenmesinin Etkisi.....	697
Emrah ÖGET Ferudun KAYA	Turizm Şirketlerinde İflas Olasılıkları ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.....	713
Mehtap ODABAŞ SARGIN Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU	Mobil İletişim Sektöründe Hizmet Tutsaklığı: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kurumsal İmajının Etkisi.....	729
Murat SONER Hakan KARABACAK	Stratejik Yönetim Araçlarında İdealler ve Gerçekler.....	759
Nevzat ÇALIŞ Şakir SAKARYA	BİST Bilişim Sektörü Firmalarının Finansal Sağlamlığının Finansal CEMATT Yöntemi ile İncelenmesi.....	773
Selahattin BEKTAŞ	BİST Sigortacılık (XSGRT) Endeksindeki Şirketlerin 2021 Yılı Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleriyle Değerlendirilmesi.....	787
Şeref Can SERİN Murat DEMİR	Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Vergi Kapasitesi ve Vergi Gayreti: Ampirik Bir Uygulama.....	817
Zafer BEYİZ	2008 Büyük Durgunluğu ve TCMB Para Politikası: Banka Kredileri Kanalı ve Büyüme Özelinde Ampirik Bir Analiz.....	841
YAZIM KURALLARI.....		867

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

MANİSA CELAL BAYAR UNIVERSITY THE FACULTY OF
ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL

Year: 2023 Volume: 30 Issue:4 E-ISSN-2458-8253 / ISSN-1302-0064

CONTENTS

Ali Kemal BASBUG Aziz BOSTAN	The Effects of Cognitive Bias and Illusions on Pension Savings.....	639
Aykut ORKUP	Zapatista” as a Case of Impossible Identification: Subjectification in Rancière and the EZLN.....	653
Aysel ARSLAN Hasan GUL	A Research on the Effect of Self-Leadership on Life Commitment.....	671
Caner DINCER	Purchase Intention in Online Brand Communities: The Effect of Consumer Empowerment.....	697
Emrah OGET Ferudun KAYA	Examination of the Relationship Between the Probability of Bankruptcy and Stock Prices in Tourism Companies.....	713
Mehtap ODABAS SARGIN Ayla OZHAN DEDEOGLU	Service Captivity in the Mobile Communication Sector: The Effect of Perceived Service Quality and Corporate Image.....	729
Murat SONER Hakan KARABACAK	Ideals and Realities in Strategic Management Tools.....	759
Nevzat CALIS Sakir SAKARYA	Investigation of Financial Soundness of BİST Information Sector Firms by Financial CEMAT Method.....	773
Selahattin BEKTAS	Evaluation of the Financial Performance of the Companies in the BIST Insurance (XSGRT) Index in 2021 by MCDM Methods.....	787
Seref Can SERIN Murat DEMİR	Tax Capacity and Tax Effort in Turkiye and the European Union Countries: An Empirical Application.....	817
Zafer BEYİZ	The Great Recession of 2008 and The CBRT Monetary Policy: An Empirical Analysis Spesific to Bank Loans and Growth.....	841
GUIDELINES FOR SUBMITTING ARTICLES.....		872

Bilişsel Önyargı ve Yanılsamaların Emeklilik Tasarrufları Üzerinde Etkileri*

Ali Kemal BAŞBUĞ**

Aziz BOSTAN***

ÖZ

Ekonomik gelişmişliğin temel göstergelerinden birisi tasarruflardır. Tasarruflar ülkelerin gelişmişlik düzeyleri açısından önemli olduğu kadar bireylerin geleceği açısından da oldukça önemlidir. Ancak günümüzde gittikçe artan tüketim eğilimi tasarruf yapmayı zorlaştırmaktadır. Bireylerin zor zamanlarını güvence altına almaya çalışan sosyal güvenlik sistemlerinin tamamlayıcısı olarak görülen bireysel emeklilik sisteminin geliştirilmesindeki temel amaç, yurtiçi tasarrufları artırmaktır.

Bu çalışmada, bireylerin tasarruf kararı alırken nasıl davrandıkları, davranışsal iktisat çerçevesinde incelenmiştir. Alınan tasarruf kararlarında bireylerin rasyonel davranıp davranmadıkları davranışsal iktisatta bireylerin kararlarını biçimlendiren bilişsel önyargı ve yanılsamalarla açıklanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada davranışsal iktisat literatürünün temelini oluşturan ve bireylerin davranışlarını incelemeye oldukça uygun olan çerçeveleme etkisi, sürü davranışı etkisi, zihinsel muhasebe etkisi, erteleme, belirsizlikten kaçınma ve aşırı güven bilişsel önyargı ve yanılsamaları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Bireysel Emeklilik Sistemi, Yurtiçi Tasarruflar
JEL Sınıflandırması: D1, D03, H3

The Effects of Cognitive Bias and Illusions on Pension Savings

ABSTRACT

One of the main indicators of economic development is savings. Savings are very important for the future of individuals as well as for the development levels of countries. However, today's increasing consumption trend makes it difficult to save. Individual pension system is a social security system that guarantees the old age of individuals. The main purpose of developing the pension system is to increase domestic savings.

In this study, how individuals behave while making a saving decision is examined within the framework of behavioral economics. In behavioral economics, whether individuals behave rationally or not in the savings decisions made is explained by the cognitive prejudices and illusions that shape the decisions of individuals. In this direction, the framing effect, herd behavior effect, mental accounting effect, procrastination, uncertainty avoidance and overconfidence cognitive biases and illusions, which form the basis of the behavioral economics literature and are quite suitable for examining the behavior of individuals, are discussed.

Key Words: Behavioral Economics, Private Pension System, Domestic Savings

JEL Classification: D1, D03, H3

* Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı "Bireysel Emeklilik Sisteminin Yurtiçi Tasarruflar Üzerindeki Etkisi: Davranışsal İktisat Açısından Değerlendirme" adlı yayınlanmamış doktora tezinden üretilmiştir.

** Dr., alikemalbasbug@gmail.com ORCID Bilgisi: 0000-0002-0830-5816

*** Doç.Dr. Adnan Menderes Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, abostan@adu.edu.tr ORCID Bilgisi: 0000-0001-8187-3871

GİRİŞ

Emeklilik, bir bireyin aktif olarak çalıştığı mesleğinden veya çalışma hayatından tamamen çekilmesini ifade eder. Günümüzde 50 yaşından küçük insanlar kendilerini emeklilik hayatında hayal etmekte zorlanmaktadır. Geleceğe yönelik plan yapmak, özellikle günümüz ekonomik şartları düşünöldüğünde oldukça zordur. Emeklilik tasarruflarını planlamak, aktif çalışma hayatı içerisinde olan bireyler emeklilik yıllarını idame ettirebilmek için gerekli olan önemli tasarruf ve yatırım kararlarını içerir.

Emeklilik planlamasında verimlilik, iyi derecede finansal okur-yazarlık ve bireylerin tasarruf kararlarında kendilerine güven duymasıyla elde edilir. Ancak günümüzde emeklilik için verilen yatırım ve tasarruf kararları bireylerin düşük finansal bilgi ve mantıksız kararları neticesinde tasarruflar oldukça az bir oranda gerçekleşmektedir.

Emeklilik planlaması, bireylerin ilerleyen yaşamlarında karşılaşacakları sosyal ve finansal zorlukların üstesinden gelebilmeleri için önemli bir aşama olarak düşünölmelidir. Bu nedenle emeklilik tasarrufları ile ilgili kararlar psikolojik ve davranışsal olarak analiz edilmelidir. Davranışsal iktisat, finansal karar verme süreçlerinde bireylerin nasıl bilişsel önyargı ve yanılsamalara kapıldıklarını ve muhakeme hatalarını yaptıklarını açıklamaktadır. Finansal karar verme sürecinin ardındaki en önemli etken psikolojik faktörlerdir. Bu faktörlerin araştırılması geleneksel iktisatta göz ardı edilmiştir. Ancak tasarruf kararı, sosyal ve psikolojik etkilerle şekillenen iktisadi bir karardır. Tasarruf davranışlarını etkileyen iktisadi faktörlerin yanında psikolojik faktörlerinde davranışsal iktisat açısından incelenmesi gereklidir. Bu gereklilik çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın genel amacı bilişsel önyargı ve yanılsamaların emeklilik tasarrufları üzerindeki etkileri davranışsal iktisat yazınında yer alan bilişsel önyargı ve yanılsamalar aracılığıyla incelemektir. İnsanı merkez alan bir bilim olan iktisadın insan psikolojisini göz ardı etmemesi gerekliliği göz önüne alınarak erteleme, aşırı güven ve sürü davranışı etkileri incelenmiştir.

Bireysel emeklilik sistemine katılma kararlarında bireyler erteleme, aşırı güven ve sürü davranışı gibi rasyonel olmayan hatalar yapmaktadırlar. Bireysel emeklilik sistemi üzerinden tasarruf yapma konusu davranışsal iktisat çerçevesinde 21.yüzyılın başlarından beri ilgilenilen bir konu olmuştur. Bununla birlikte bu alandaki araştırmalar esas olarak bireysel emeklilik tasarruflarının yapılmasının gerekliliği, bireysel emeklilik sistemiyle tasarrufların biriktirilmesi konusuna daha fazla odaklanırken, bu tasarrufların bireyler tarafından neden yapılmadığı, tasarruf kararlarının rasyonaliteden uzak olduğu konusuna daha az odaklanmışlardır. Dolayısıyla bu çalışmanın bir diğer amacı da bu boşluğu doldurarak literatüre katkı sağlamaktır.

Bilişsel önyargı ve yanılsamalar esasında psikolojik olarak değerlendirilmelidir. Doğa bilimlerinin hâkim olduğu dönemde bilim felsefesi ile ilgilenen düşünürler belirsizlikten beslenen psikolojiyi bilim kategorisinden ayırmış olsalar da günümüzde psikoloji bilimi iktisadi analizler dahil olmak üzere

birçok alana fayda sağlamaktadır. Neoklasik iktisadın rasyonel birey varsayımından hareketle yaptığı analizlerde insan davranışlarının karmaşıklığı ve belirsizliği neticesinde birçok değişken sabit tutularak değerlendirme yapılmıştır. Bu noktada psikoloji ve iktisadı birleştiren davranışsal iktisat insan davranışlarını tane tane incelenebilmesine olanak sağlamaktadır.

I. BİREYLER ARASINDA FİNANSAL OKURYAZARLIK

Finansal okur-yazarlık ve emeklilik planlaması arasındaki ilişkiyi anlamının önemini vurgulayan birçok çalışma bulunmaktadır. Finansal okur-yazarlık seviyesi yüksek olan bireylerin bireysel emeklilik sistemi gibi tasarruf araçlarına daha olumlu yaklaştığı bilinmektedir. Finansal okur yazarlık seviyesi yüksek olan bireyler, bileşik faiz, enflasyon, risk çeşitlendirmesi vb. kavramlar hakkında yeterli bilgiye sahip iken, finansal okur yazarlık seviyesi düşük olan bireyler, bu kavramlar hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmamalarının yanı sıra ekonomik kararlarda kendilerine güvenin daha fazla olduğu bilinmektedir.

Rooji, Lusardi ve Alessie (2012), finansal okuryazarlığı yüksek olan bireylerin öz sermaye primlerinden yararlanmak için hisse senedine yatırım yaptığını belirtmektedir. Daha yüksek okuryazarlık, bilgi maliyetlerini düşürür ve hisse senedi sahipliğini artırır. Bir deneyle, bireylerin düşük bilişsel yeteneğe sahip oldukları, riske daha az toleranslı ve sabırsız oldukları ortaya çıktı. Onlar için hisse senedi yatırımı oldukça risklidir.

II. YATIRIMCI DAVRANIŞI VE EMEKLİLİK PLANLAMASI

Emeklilik tasarrufları bireyler tarafından rasyonel olarak alınması gereken zorlu kararları içermektedir. Yapılan anket çalışması bireylerin emeklilik dönemleri için yapacakları tasarruf kararlarını etkileyen faktörleri içermektedir. Emeklilik dönemi tasarrufları oldukça karmaşık ve finansal planlamadan daha fazlasını gerektirmektedir. Emeklilik tasarruflarının yapılmasında demografik faktörlerin yanı sıra bireylerin tutum ve davranışları da önemli bir rol oynamaktadır.

Emeklilik planlaması yapmayı düşünen bireyler için güven, insanları etkili bir şekilde caydıracak kadar güçlüdür. Bir finansal sistemin işleyişine duyulan güven ve itimat, iyi işleyen bir finansal sistem için kritik öneme sahiptir. Güven hem bilişsel hem de duygusal zekanın bir ürünüdür. Bu açıdan bakıldığında karar verme sürecinde güven merkezi bir rol oynamasına rağmen geleneksel iktisatta finansal karar vermede güvenin rolü büyük ölçüde göz ardı edilmektedir.

Bir kişinin finansal kurumlara, piyasalara ve ekonomiye olan güven eksikliği tasarruf kararlarını ciddi anlamda etkilemektedir. Bireysel emeklilik sistemi hakkında çok az şey biliyor olmak veya finansal anlamda sistemin işleyiş mantığını kavrayamamak koşulları altında tasarrufların bir kısmını da olsa bu sistemde bulundurmamak mutlak ölçüde güven gerektirmektedir.

III. EMEKLİLİK PLANLARINDA BİLİŞSEL ÖNYARGI VE YANILSAMALAR

Para, bireylerin özdenetimden yoksun olduğu önemli bir konudur. Davranışsal ekonominin savunduğu bilişsel önyargı ve yanilsamalar, insanları yarın için biriktirmek yerine bugün tüketmeye yönlendiren, rasyonel olmaktan

ziyade duygusal bir önyargı olarak açıklanmaktadır. Karşılaşılan bilişsel önyargı ve yanılsamaları Bireyin arzuları ile özdisiplin arasındaki fark olarak açıklanmaktadır.

A. Atalet ve erteleme: Kişiler genellikle yarına erteleme fırsatları varsa, bir işi bugünden yapmamaktadır. Nitekim, birçok çalışan bireysel emeklilik sistemi ile tasarruf etmek istediğini belirtmekte ancak sisteme dahil olmayı ertelemektedir. Bu doğrultuda, otomatik katılımla sağlanan bireysel emeklilik sistemine katılım oranlarının, otomatik katılım uygulaması öncesindeki oranlardan fazla olması, "erteleyen kişilerin" sisteme dahil edildiklerini göstermektedir. Ayrıca sisteme dahil edilen birçok kişinin, seçeneklerde değişiklik yapmanın işlem maliyeti sıfır veya sıfıra yakın olmasına rağmen, uzun yıllar öntanımlı katkı oranı ve portföy dağılımı seçeneklerinde devam etmeleri yine atalet ve erteleme ile açıklanmaktadır. Oysaki bu seçenekler çoğu zaman, çalışanların işveren katkısından optimal seviyede yararlanmalarını veya birikimlerinden maksimum gelir elde etmelerini sağlayan seçenekler değildir. Örneğin, öntanımlı katkı oranı %3 ile bireysel emeklilik sisteminde olan bir çalışan, bu oranı %6'ya çıkardığında bire bir aynı miktarda işveren katkısından faydalanabilecek iken, yıllarca oldukça düşük olan öntanımlı seçenek ile devam etmektedir (Madrian and Shea 2001; Choi vd., 2002; 2004; Beshears vd. 2008; Rudolph, 2016: 9)42.

Bilginin miktarı, daha açık bir ifadeyle, yokluğu ya da fazla olması tasarruf kararlarını nasıl etkilemektedir? Tasarruf konusundaki bilgi eksikliği genellikle düşük finansal okuryazarlıkla açıklanmaktadır. Çoğunlukla, düşük finansal okuryazarlık seviyesi ile tasarruf planına sahip olma arasında negatif bir ilişkinin olduğu bulgulanmaktadır (Lusardi ve Mitchell, 2011; Hastings vd., 2013). Finansal okuryazarlığın düşük olması, kişilerin kendilerini yetersiz hissettikleri konularda karar almaktan kaçınmaya meyilli olduklarını ifade eden, belirsizlikten kaçınma (ambiguity aversion) davranışına neden olabilmektedir. Bu doğrultuda, tasarruf gibi finansal bilgi gerektiren konuları karmaşık bulan kişiler, belirsizlikten kaçınma davranışı ile uyumlu bir biçimde, tasarruf planı yapma teşebbüsünde dahi bulunmamaktadır²⁸ (Knoll, 2010: 3-4). (Lusardi ve Mitchell, 2011; Hastings vd., 2013). Finansal okuryazarlığın düşük olması, kişilerin kendilerini yetersiz hissettikleri konularda karar almaktan kaçınmaya meyilli olduklarını ifade eden, belirsizlikten kaçınma (ambiguity aversion) davranışına neden olabilmektedir. Bu doğrultuda, tasarruf gibi finansal bilgi gerektiren konuları karmaşık bulan kişiler, belirsizlikten kaçınma davranışı ile uyumlu bir biçimde, tasarruf planı yapma teşebbüsünde dahi bulunmamaktadır²⁸ (Knoll, 2010: 3-4).

B. Aşırı Güven Yanılgısı (Overconfidence Bias): İnsanlar başarılarını kendi kabiliyetlerinin, başarısızlıklarını ise dışsal faktörlerin bir sonucu olarak görme eğilimindedirler. Yani insanlar gerçekte sahip oldukları bilgi birikimi ve tecrübelerinden daha fazlasına sahip olduklarını düşünmektedirler. Bu durum kişilerde aşırı güven duygusunu artırmaktadır. Aslında aşırı güven bilişsel bir yanılgıdır. Çünkü insanların karşı karşıya kaldıkları riskleri küçümsemelerine kendi yeteneklerini büyütmelerine neden olmaktadır. Bu durum karşılaşılan risklerin önemsenmemesine ve dikkate alınmamasına neden olmaktadır (Tomak,

2011: 74-75).

Aşırı güven yanlılığına düşen bireyler tahminlerinde ve kararlarında rasyonel olmadıkları halde kendilerine olan gereksiz güvenleri sebebiyle yanlış kararlar alabilmektedirler. Bu da rasyonaliteye dayalı fayda maliyet analizinden sapmalara neden olabilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2019: 50).

C. Sürü Davranışı (Herd Behavior): Karar verme mekanizmasını etkileyen duygu ve düşünce faktörlerinin dışında bilgi de önemli bir faktördür. Toplumda genel olarak insanlar kendi bilgilerini kullanmaktan ziyade diğerleri ne yapıyorsa onu yapma eğilimindedirler. Bu durum literatürde sürü davranışı olarak bilinmektedir (Banerjee, 1992: 797).

İnsanların kendi bilgileri onları çok farklı davranışlar sergilemeye yönlendirse bile çoğu zaman diğerleri ne yapıyorsa onu yapmak daha cazip gelmektedir. Ancak bu durum kişinin kendi bilgisine karşı daha az duyarlı hale gelmesine sebep olmaktadır. Çünkü insanlar kendi bilgilerine tam anlamıyla güvenmemekte ve kendi referans noktalarını oluşturamamaktadırlar. Dolayısıyla karar verme süreçlerinde dışa bağımlılık söz konusu olmaktadır.

Sürü davranışı da insanları rasyonel karar alma konusunda yanılgıya düşüren psikolojik bir faktördür. Finansal piyasalarda sürü davranışının birçok örneğini görmek mümkündür. Örneğin kişinin finansal bilgisi bir varlığa yatırım yapılmaması gerektiğini bilecek kadar yeterli olmasına rağmen çevresindeki insanların o finansal varlığa yatırım yapmaları kişinin de yatırım yapmasına neden olmaktadır. Sonuçta kişi rasyonaliteden uzaklaşmış ve risk alarak zarar etme olasılığını tercih etmiştir.

IV. VERİ SETİ VE METHODOLOJİ

Çalışmada anket soruları literatüre ve teorik altyapıya uygun olarak hazırlanmış ve yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Bireysel emeklilik sistemi sözleşmesinde bireylerin devam etme veya sonlandırma nedenlerini anlamaya yönelik sorular Gülay vd. (2017), Serim (2019), Savaş (2021) ve Aydoğdu (2019) 'un çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Bilişsel önyargı ve yanlılıklarını belirlemek amacıyla 5'li likert ölçeği ile 4 adet değişkeni belirlemeye çalışan ifadeler yer verilmiştir. Erteleme, belirsizlikten kaçma, aşırı güven ve sürü davranışı değişkenlerini belirlemeye çalışan ifadeler Brown vd. (2016) ve Mann vd. (1997)'nin çalışmalarından esinlenerek hazırlanmıştır.

Çalışmanın amaçları ve literatür taraması doğrultusunda bu araştırmada, İzmir ilinde kamu ve özel sektör çalışanlarının bireysel emeklilik sistemine katılma ve ayrılma kararlarında demografik değişkenler, bilişsel önyargı ve yanlılıklar ve davranışsal iktisat teorilerinin varsayımlarının geçerliliğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda 18 yaş üstü çalışanlara yüz yüze anket uygulanmıştır. İlk bölümde katılımcıların demografik yapısını ve Bireysel Emeklilik Sistemi ve tasarrufların hakkında düşüncelerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde bireylerin karar alma süreçlerinde karşılaştıkları bilişsel önyargı ve yanlılıklardan erteleme, belirsizlikten kaçma, aşırı güven ve sürü davranışı yanlılıklarının belirlenmesine yönelik ifadeler ve son bölümde davranışsal iktisat bakış açısıyla bireylerin karar verme süreçlerini belirlemeye yönelik senaryo

sorular bulunmaktadır. Anket sorularının katılımcılar açısından anlaşılabilirliğini test etmek amacıyla anket uygulanmadan önce pilot çalışma yapılmış ve gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra 445 katılımcıya sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın veri sayısını mümkün olduğunca artırabilmek için anket formunu oldukça fazla kişiye ulaştırmaya çalışılmıştır. Krejcie ve Morgan'a göre, popülasyon arttıkça, örneklem büyüklüğü de azalan bir oranda artar, örneklem büyüklüğü 380 ögeli örneklem sayısının biraz üzerinde sabit kalmaktadır ve 1 milyon ve üzeri popülasyonun temsil edilebilirliği için 384 ögeli örneklem sayısı yeterli gelmektedir (Krejcie ve Morgan, 1970: 609-610). Dolayısıyla anketin ulaştığı 445 kişi yeterli örneklem sayısına ulaşıldığını göstermektedir.

Tablo 1. Demografik Değişkenlere İlişkin Betimleyici İstatistikler

		N	%
Cinsiyet	<i>Kadın</i>	208	46,7%
	<i>Erkek</i>	237	53,3%
Yaş	18-25	2	0,4%
	26-35	303	68,1%
	36-45	120	27%
	46-60	20	4,5%
	61 yaş ve üstü	0	0%
Medeni Durum	<i>Evli</i>	158	35,5%
	<i>Bekar</i>	287	64,5%
Eğitim	İlköğretim	0	0%
	Lise	9	2%
	Önlisans	21	4,7%
	Lisans	400	89,9%
	Lisansüstü	15	3,4%
Meslek	Kamu Sektörü	238	53,5%
	Özel Sektör	207	46,5%
Gelir	0-2000₺	0	0%
	2001-4000₺	0	0%
	4001-6000₺	188	42,2%
	6001-10000₺	231	51,9%
	10001₺ ve üzeri	26	5,8%

Çalışmaya katılan 445 kişinin demografik yapısının belirtildiği bu tabloya göre ankete katılan 445 kişinin %46,7'si kadın, %53,3'ü erkektir. Kişilerin %68,1 oranla büyük çoğunluğu 23-35 %27'si 36-45 ve %4,5'i 46-60 yaş arasındadır. Kişilerin %35,5'i evli iken geri kalan %64,5'i bekarıdır. Kişilerin eğitim durumuna bakıldığında ise %89,9'u lisans mezunu olarak örneklemin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. %42,2'si 4001-6000₺, %51,9'u 6001-10000₺ ve %5,8'i 10000₺ ve üzeri gelire sahiptirler. Ayrıca %53,5'i kamu sektöründe ve %46,5'i özel sektörde çalışmaktadır.

V. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Kişilerin bireysel emeklilik sistemine devam edip etmemesinde içgörüsül davranış değişkenlerinin ne oranda etkili olup olmadığını araştırmak için lojistik regresyon yöntemi kullanılarak analiz yapılmıştır. Yapılan analizde bireysel emeklilik sistemine devam edenler için 0 sistemden ayrılanlar için 1 değeri atanmıştır.

Tablo 2. Lojistik Regresyon Sonuçları

	B	S.E	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Erteleme	,374	,136	7,570	1	,006	1,453
Belirsizlikten Kaçınma	,536	,216	6,186	1	,013	1,709
Aşırı Güven	-,251	,273	,849	1	,357	,778
Sürü Davranışı	-,077	,143	,287	1	,592	,926
Erkek	-,916	,263	12,171	1	,000	,400
Yaş			16,309	3	,001	
26-35	18,436	28420,721	,000	1	,999	101535790,1
36-45	-,823	,736	1,252	1	,263	,439
46-60	-1,880	,782	5,784	1	,016	1,153
Evli	-,445	,270	2,720	1	,099	,641
Eğitim			12,725	3	,005	
Lise	1,106	1,027	1,161	1	,281	3,024
Lisans	,273	,863	,100	1	,752	1,313
Lisansüstü	1,684	,721	5,454	1	,020	5,386
Kamu Sektörü	-,757	,278	7,393	1	,007	,469
Gelir			,399	2	,819	
4001-6000	-,350	,561	,390	1	,533	,704
6001-10000	-,334	,571	,342	1	,559	,716
Sabit	,223	1,281	,030	1	,862	1,250

Lojistik regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında erteleme, belirsizlikten kaçınma, cinsiyet, yaş, eğitim ve meslek grubu bireysel emeklilik sistemine kalma ve ayrılma durumları üzerinde istatistiki olarak anlamlı ($p < 0,05$) etkiye sahiptirler. Bu değişkenler incelendiğinde ise; erkeklerin bireysel emeklilik sisteminden ayrılma olasılığının kadınlara göre %40 oranında daha fazla olduğu görülmektedir. 46-60 yaş aralığında olan katılımcıların bireysel emeklilik sisteminden ayrılma olasılığının 26-35 ve 36-45 yaş aralığındaki katılımcılara göre 1,153 kat daha az olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna bakıldığında lisansüstü eğitim seviyesinde bulunan katılımcıların diğer eğitim seviyesindeki katılımcılara göre bireysel emeklilik sisteminden ayrılma olasılıkları 5,38 kat daha azdır. Ayrıca kamu sektöründe çalışanların özel sektörde çalışanlara göre sistemde kalma olasılıkları 0,469 kat daha fazladır.

Analize göre, içgörüselleme davranış değişkenlerinden erteleme ve belirsizlikten kaçınma tutumları istatistiki olarak anlamlıdır. Erteleme davranışındaki bir birimlik artış bireysel emeklilik sisteminden ayrılma olasılığını 1,453 kat artırmaktadır. Belirsizlikten kaçınma davranışındaki bir birimlik artış ise bireysel emeklilik sisteminden ayrılma olasılığını 1,709 kat artırmaktadır. Bu bulgu, davranışsal iktisat teorisinin; bireylerin belirsizlik durumlarında veya sonucunu öngöremedikleri durumlarda duydukları tedirginlikten dolayı verecekleri kararların kendileri için rasyonel olup olmadığını bilemedikleri için kararlarını erteledikleri öngörüsüyle uyumludur. Örneklemdeki İzmir ili kamu ve özel sektör çalışanlarının BES'i karmaşık algılamaları tasarruf kararlarını ertelemelerine veya sistemden ayrılmalarına neden olduğu anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Yukarıda bahsedilen bilişsel önyargı ve yanılsamalar insanları rasyonaliteden uzaklaştıran davranışsal içgörülerdir. Davranışsal içgörüler esasında psikolojik olarak değerlendirilmelidir. Doğa bilimlerinin hâkim olduğu dönemde bilim felsefesi ile ilgilenen düşünürler belirsizlikten beslenen psikolojiyi bilim

kategorisinden ayırmış olsalar da günümüzde psikoloji bilimi iktisadi analizler dahil olmak üzere birçok alana fayda sağlamaktadır. Neoklasik iktisadın rasyonel birey varsayımından hareketle yaptığı analizlerde insan davranışlarının karmaşıklığı ve belirsizliği neticesinde birçok değişken sabit tutularak değerlendirme yapılmıştır. Bu noktada psikoloji ve iktisadi birleştiren davranışsal iktisat insan davranışlarını tane tane incelenebilmesine olanak sağlamıştır.

Anketin genelinden elde edilen sonuçlar davranışsal iktisadın sınırlı rasyonel birey varsayımı ile uyumaktadır. Neoklasik iktisat varsayımına göre bireylerin rasyonel bir şekilde davransalardı gelirlerinden bir kısmı tasarruflara ayırırlar, otomatik katılımlı sistemden ayrılmazlardı. Sonuç olarak bireysel emeklilik sisteminin yurtiçi tasarruflar üzerindeki etkisini davranışsal iktisadın varsayımlarından bilişsel önyargı ve yanılsamalar üzerinden açıklamayı amaçlayan bu çalışmada örneklemin erteleme, belirsizlikten kaçma, aşırı güven, sürü davranışı, çerçevelleme etkisi ve zihinsel muhasebe etkileriyle tasarruf kararları arasında anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

Bireylerin büyük çoğunluğu tasarruf yapmanın gerekli olduğunu bilir ve genellikle tasarruf etme kararı alıp hiçbir zaman gerçekleştirememektedirler. Kişisel ataletin rolünün ve finansal okuryazarlığın rolünün büyük olduğu bu durumda şimdiki zamandan ziyade gelecek zamanda etkisini gösterecek politikalar benimsenebilir. Örneğin Richard Thaler ve Shlomo Benartzi'nin geliştirdikleri, katılımcıları ileride maaşlarına yansıyacak artışlarla orantılı bir şekilde katkı paylarının artırılmasını öneren Yarın Daha Çok Tasarruf Edin isimli otomatik katılımlı bireysel emeklilik sistemi yürürlüğe konulabilir. Yapılan katkı payı artışı maaşla orantılı olduğunda nominal olarak eline geçen parada eksilme yaşamadığını düşünen katılımcı tasarruf etme kararı aldığı anda yaptığı tasarrufları kayıp olarak görmez. Böylelikle bireysel emeklilik sistemine katılım oranı ve tasarruf oranları kaçınılmaz olarak artacaktır.

Türkiye'de son yıllarda tasarruf-yatırım açığı önemli ölçüde artış sergilemektedir. Söz konusu açığın kapanması ise kamu tasarruflarından ziyade özel kesim tasarruflarının artırılmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla hane halkı tasarruflarının artırılması yönünde bireysel emeklilik sisteminin kapsamı genişletilmeli ve fon birikimleri teşvik edilmelidir. Bunun yanı sıra bireylerin yaptıkları tasarrufları ne şekilde değerlendireceklerinin temel belirleyicisi olan mevduat faizlerinin düşürülmesi, devlet katkısı oranının artırılması ve vergi muafiyeti ve indirimi gibi birtakım politikalar geliştirilerek emeklilik tasarrufları artırılabilir.

Emeklilik tasarruflarını bilişsel önyargı ve yanılsamalar dikkate alınarak daha spesifik kamu politikaları da geliştirilmesi mümkündür. Bunun için çeşitli kurumlarca yapılan kamu anketlerinden elde edilen veriler doğrultusunda kısa ve uzun vadeli politikalar geliştirilebilir. Bireylerin tasarruf kararları anlık değişimlere uğradığı göz önünde bulundurulduğunda uzun vadede istikrarlı bir şekilde tasarruf bilincinin bireylere aşılınması hem bireysel hem de toplumsal olarak daha fazla fayda sağlayacaktır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Altunöz, U., & Altunöz, H. (2018). *Davranışsal Ekonomi Nörofinans: Kavram, Teori, Uygulama*, (Güncellenmiş 3. Baskı). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Ariely, D. (2010). Akıldışı Ama Öngörülebilir. (Çev. A. Hekimoğlu Gül, and F. Bolat), İstanbul: Optimist Yayın. (Eserin Orijinali 2008'de Yaymlandı).
- Banerjee, A. V., (1992). The Quarterly Journal of Economics, Volume 107, Issue 3, Pages 797–817
- Bateman, I., Kahneman, D., Monro, A., Starmer, C., & Sugden, R. (2005). Testing competing models of loss aversion: an adversarial collaboration. *Journal of Public Economics*, 89, 1561-1580. DOI 10.1016/j.jpubeco.2004.06.013
- Camerer, C. (1992). Recent Tests of Generalizations of Expected Utility Theory. W. Edwards. (Editor.), *Utility Theories, Measurement and Applications*. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Chabris, C. F., Laibson, D. I. ve Schuldt, J. P. (2007). "Intertemporal Choice". İçinde *The New Palgrave Dictionary of Economics* S. Durlauf ve L. Blume, (Ed.). İkinci Baskı, Palgrave Macmillan: London.
- Choi, J. J., Laibson, D. ve Madrian, B. C. (2009). Mental accounting in portfolio choice: Evidence from a flypaper effect. *American Economic Review*, 99(5), 2085-95.
- Choi, J. J., Laibson, D., Madrian, B. C. ve Metrick, A. (2002). Defined contribution pensions: plan rules, participant choices, and the path of least resistance. *Tax policy and the economy*, 16, 67-113.
- Damasio, A. R. (2009). Neuroscience and The Emergence of Neuroeconomics. In P. W. Glimcher, C. F. Camerer, E. Fehr and R. A. Poldrack (Eds.), *Neuroeconomics: Decision Making and The Brain*. Amsterdam: Elsevier, pp 209-2013
- Dhami, S. (2016). *The Foundations of Behavioral Economic Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Edwards, J. (2010). *Joyful Economics: Remarks on the History of Economics and Psychology from the Happiness Studies Perspective*. Doctoral Thesis, University of Paris, Paris. Eichner, A. S. (1983). Why Economics is Not Yet a Science. *Journal of Economic Issues*, 17(2), 507-520.
- Fisher, I. (1908). Are Savings Income? *American Economic Association Quarterly*, 9(1), 21-47.
- Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton University Press: New Jersey.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://www.jstor.org/stable/1914185>
- Kamilçelebi, H. (2019). *Davranışsal İktisat*. İstanbul: IJOPEC Publication No: 2019/20.
- Knoll, G.F. (2010) Radiation Detection and Measurement. 4th Edition, Wiley, Hoboken, 217.
- Lusardi, Annamaria, Pierre-Carl Michaud, and Olivia S. Mitchell. (2013). "Optimal Financial Knowledge and Wealth Inequality." National Bureau of Economic Research Working Paper 18669.
- Macunluoğlu, U. Ö., Bireysel Emeklilik Sisteminin Yurtiçi Tasarruflar Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4/2 (2021): 215-241
- Rooij, M. C. J., Lusardi, A., & Alessie, R. J. M. (2012). FINANCIAL LITERACY, RETIREMENT PLANNING AND HOUSEHOLD WEALTH. *The Economic Journal*, 122(560), 449–478.

<http://www.jstor.org/stable/41494444>

Simon, H. A. (1956). Rational Choice and The Structure of The Environment. *Psychological Review*, 63(2), 129.

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1983). Extension versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. *Psychological Review*, 90(4), 293–315.

EKLER

Tablo 3. Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	n	Çarpıklık Katsayısı	Basıklık Katsayısı
Erteleme	445	-0,571	-0,824
Belirsizlikten Kaçınma	445	-0,490	-0,858
Aşırı Güven	445	-1,104	0,092
Sürü Davranışı	445	-1,026	0,180

Ölçeklerden elde edilen çarpıklık ve basıklık katsayısı değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olması ölçeğin normal dağılım sergilediğini göstermek için yeterli olmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 4.13'deki değerler doğrultusunda dağılımın normal olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ile çalışmanın amacına uygun olarak devam etmekte olduğu anlaşılmış olup bireylerin tasarruf kararları içgörüselle davranışlarının etkili olup olmadığını araştırmak amacıyla t-testi yapılmıştır.

Tasarruf kararı ile içgörüselle davranışlar arasındaki ilişkiye dair geliştirilen hipotezler ise şu şekildedir:

H₁: Tasarruf kararı ile içgörüselle davranışlar arasında fark vardır.

H_{1a}: Tasarruf kararı ile erteleme davranışı arasında fark vardır.

H_{1b}: Tasarruf kararı ile belirsizlikten kaçınma arasında fark vardır.

H_{1c}: Tasarruf kararı ile aşırı güven arasında fark vardır.

H_{1d}: Tasarruf kararı ile sürü davranışı arasında fark vardır.

Tablo 4. t-Testi Sonuçları

	Sig.	t	Sig.(2-tailed)
Erteleme	0,000	2,745	0,000
Belirsizlikten Kaçınma	0,000	2,020	0,000
Aşırı Güven	0,000	1,654	0,000
Sürü Davranışı	0,000	2,111	0,001

Analiz sonuçlarına göre t-testi anlamlılık değerleri 0,05'ten küçük oldukları için bütün hipotezler (H_{1a}, H_{1b}, H_{1c}, H_{1d}) kabul edilmektedir. Yani tasarruf davranışı ile erteleme, belirsizlikten kaçınma, aşırı güven ve sürü davranışı arasında fark vardır.

Tablo 5. İçgörüselle Davranış Değişkenlerine Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları

İçgörüselle Davranış Değişkenleri	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha Katsayısı
Erteleme	5	,698
Belirsizlikten Kaçınma	7	,887
Aşırı Güven	4	,865
Sürü Davranışı	3	,808
Toplam	19	,736

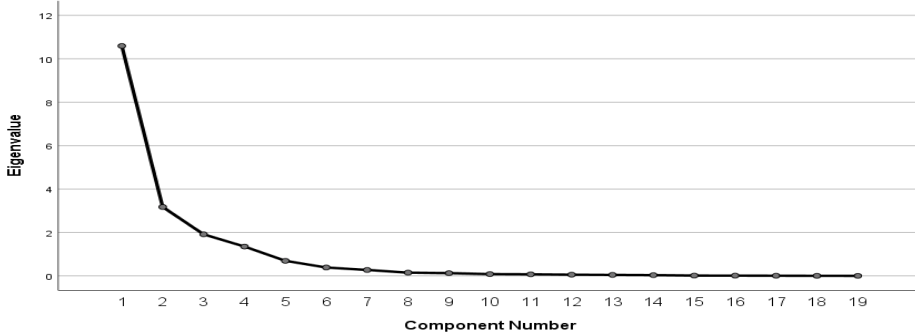
Tablo 45’de İçgörüsül davranış değişkenlerinin güvenilirlikleri için tek tek ve hepsi birlikte hesaplanan Cronbach’s Alpha katsayıları gösterilmektedir. Erteleme değişkeni için (0,698), belirsizlikten kaçınma değişkeni için (0,887), aşırı güven değişkeni için (0,865), sürü davranışı değişkeni için (0,808) ve değişkenlerin geneli için (0,736) olarak hesaplanan değerlere göre değişkenlerin oldukça güvenilir olduğu ve içsel tutarlılıklarının iyi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6. KMO ve Barlett’s Test Bulguları

KMO Örneklem Yeterlilik Ölçümü	,717	
Barlett’s Küresellik Testi	Ki-kare(χ^2)	3702,276
	Serbestlik derecesi(df)	171
	Anlamlılık düzeyi(p)	,000

İçgörüsül davranış değişkenlerinin faktör analizine uygunluğunun denetlenmesi için yapılan KMO ve Barlett küresellik testi analiz sonuçlarına Tablo 6’da yer verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre KMO değeri 0,717 olarak hesaplanmıştır. Buna göre KMO değeri ($KMO > 0,70$) iyi derecede olup faktör analizi için uygundur. Barlett testi kapsamında ise χ^2 : 3702,276 ve $p < 0,05$ olarak hesaplanmış ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla KMO ve Barlett test sonuçlarına göre anket verilerinin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Grafik 1. Özdeğerlerin Saçılımı Grafiği
Scree Plot



Değişkenlerin faktör yapısının belirlenmesini sağlayan Scree Plot grafiği incelendiğinde değişkenlerin 4 faktörlü yapı gösterdiğine karar verilmiştir.

İçgörüsül davranış ölçeğinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan açımlayıcı faktör analizine göre ölçeğinin 19 maddesi ve 4 alt boyutu olduğu belirlenmiş ve tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. İçgörüsül Davranış Değişkenleri Maddelerinin Faktör Yükleri (Döndürülmüş Faktör Matrisi) Tablosu

Değişkenler	Faktörler			
	Erteleme	Belirsizlikten Kaçınma	Aşırı Güven	Sürü Davranışı
Erteleme11	,601			
Erteleme12	,973			
Erteleme13	,937			
Erteleme14	,577			
Erteleme15	,602			
Kaçınma16		,800		
Kaçınma17		,980		
Kaçınma18		1,015		
Kaçınma19		,919		
Kaçınma20		,903		
Kaçınma21		,801		
Kaçınma22		,825		
Güven23			,965	
Güven24			,873	
Güven25			,433	
Güven26			,794	
Sürü27				,858
Sürü28				,892
Sürü29				,989
Açıklanan Varyans (%)	55,213	17,518	8,562	6,621

Tablo 7'ye göre ölçeğin birinci faktörü “Erteleme” olarak isimlendirilmiş olup faktör yükü 0,577 ile 0,973 arasında değişen beş maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %55,213 olarak belirlenmiştir.

Ölçeğin ikinci faktörü “Belirsizlikten Kaçınma” olarak isimlendirilmiş olup faktör yükü 0,800 ile 1,015 arasında değişen yedi maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %17,518 olarak belirlenmiştir.

Ölçeğin üçüncü faktörü “Aşırı Güven” olarak isimlendirilmiş olup faktör yükü 0,433 ile 0,965 arasında değişen dört maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %8,562 olarak belirlenmiştir.

Ölçeğin dördüncü faktörü “Sürü Davranışı” olarak isimlendirilmiş olup faktör yükü 0,858 ile 0,989 arasında değişen üç maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %6,621 olarak belirlenmiştir.

Yukarda belirtilen açımlayıcı faktör analizinin sonucuna göre belirlenen faktörler toplam varyansın %87,914'ünü açıklamaktadır. Dolayısıyla analizde tanımlanan bir faktörün toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir.

SUMMARY

The main purpose of this study is to investigate whether the individual pension system is effective on domestic savings in terms of behavioral insights, whether individuals act rationally in their savings decisions, and which factors affect individuals during the decision to join/leave the private pension system.

One of the main indicators of economic development is savings. Saving schools are not only important for development, but also for the future of children. However, today's increasing consumption makes it difficult to save. The main purpose of the individual pension structure, which is seen as the end of social security by securing the hard times of individuals, is to increase household savings.

In this study, how individuals behave while making a saving decision is examined within the framework of behavioral economics. In behavioral economics, it has been tried to explain whether individuals act rationally in the savings decisions made, with the cognitive biases and illusions that shape the decisions of the individuals. In this direction, the framing effect, herd behavior effect, mental accounting effect, procrastination, uncertainty avoidance and overconfidence cognitive biases and illusions, which form the basis of the behavioral economics literature and are quite suitable for examining the behavior of individuals, are discussed.

The results show that the participants move away from rationality in their saving decisions with the effects of procrastination uncertainty avoidance, overconfidence, herd behavior, framing effect and mental accounting. Hence the effect of the private pension system on domestic savings is quite limited.

“Zapatista” as a Case of Impossible Identification: Subjectification in Rancière and the EZLN*

Aykut ÖRKÜP**

ABSTRACT

The Zapatista movement that went public on January 1st, 1994, as a national liberation army occupying several towns in Chiapas, Mexico had long-lasting effects. Apart from inspiring other movements all over the world, the Zapatista movement introduced an alternative to the objective of taking political power through electoral victory or armed struggle. The alternative politics in question was based on equality that entailed a subjectification process. In this way, what allowed for the emergence of the alternative was, in Rancière's terms, politics as subject formation against the police order that attributes the proper places of the parts of society as well as defining the parts themselves. While there is a constant risk of cooptation of the moment of politics by the police order, the continuous subject formation through impossible identification in the Zapatista movement could make the movement the movement of all the excluded by reflecting the struggles of the other excluded groups into the movement and reflecting the movement into those other struggles.

Key Words: Zapatista Movement, Jacques Rancière, Politics, Subjectification, Impossible Identification

JEL Classification: H77, P32

Bir İmkânsız Kimlik Örneği olarak “Zapatista”: Rancière'de Öznelleşme ve EZLN

ÖZ

1 Ocak 1994'te ulusal bir kurtuluş ordusu olarak Meksika'nın Chiapas kentinde birkaç kasabayı işgal eden Zapatista hareketinin uzun süreli etkileri olmuştur. Zapatista hareketi, tüm dünyadaki diğer hareketlere ilham vermenin yanı sıra, seçim kazanma veya silahlı mücadele yoluyla siyasi iktidarı ele geçirme hedefine bir alternatif sunmuştur. Söz konusu alternatif siyaset, bir öznelleşme sürecini gerektiren eşitliğe dayanmaktadır. Böylelikle bu alternatifin ortaya çıkmasına olanak sağlayan, Rancière'in deyimiyle, toplum parçalarına uygun yerleri atfederken aynı zamanda parçaların kendilerini de tanımlayan polis düzenine karşı özne oluşumu olarak siyasettir. Siyaset anının polis düzeni tarafından asimilasyonu sürekli gündemde olan bir risk olsa da, Zapatista hareketindeki imkansız kimlik yoluyla sürekli özne oluşumu, hareketi, diğer dışlanan grupların mücadelelerini harekete yansıtarak ve hareketi de diğer tüm bu mücadelelere yansıtarak, hareketi dışlananların tümünün hareketi haline getirebilir.

Anahtar Kelimeler: Zapatista Hareketi, Jacques Rancière, Siyaset, Öznelleşme, İmkânsız Kimlik

JEL Sınıflandırması: H77, P32

* This study is based on the author's Masters thesis “The Lacandon Forest and the Political: A Rancièrean Account of the Zapatista Movement” completed in 2014 at Middle East Technical University under the supervision of Assoc. Prof. Dr. Aslı Çırakman Deveci.

** Res. Assist. Başkent University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and International Relations, orkup@baskent.edu.tr, ORCID Info: 0000-0001-6419-0497

Makale Gönderim Tarihi: 28.03.2023 / Yayına Kabul Tarihi: 21.09.2023

Doi Number: 10.18657/yonveek.1272484

Makale Türü: Araştırma Makalesi

INTRODUCTION

This paper analyzes the Zapatista Movement that formed following the appearance of the Zapatista Army of National Liberation (*Ejército Zapatista de Liberación Nacional* - EZLN) on January 1st, 1994. Despite the fact that occupation of several towns in Chiapas by the EZLN was not permanent, the movement brought about long-lasting and profound effects. Beside inspiring worldwide movements such as the World Trade Organization protests in Seattle or formation of World Social Forum, the movement rejected to pursue the aim of seizing political (or state) power through armed struggle, that belonged to traditional guerilla groups and rejected hierarchical organization while adopting an organization based on equality. Furthermore, the movement introduced an alternative to conventional politics by way of opening up political spaces. In this regard, while the movement does not aim to seize political power, it does not engage in electoral politics whether by forming or supporting a political party, either. The objective of the movement, in this sense, is creating autonomous democracy that is based on equality. Therefore, what makes the movement significant is not only exposing the exclusion and inequalities suffered by the indigenous but also introducing an alternative in the form of autonomous democracy against the conventional politics. The latter, in turn, denotes a Rancièrian understanding of politics insofar as it unmasks as well as interrupts the sedimented regimes of inequalities that are embedded in *the police* order through the presupposition of equality, which is also related to the process of subjectification since the alternative politics presented by the Zapatistas was based on the creation of new subjectivities.

In this way, after the attempts at establishing dialogue and agreement with the state reached an impasse, "the Zapatista movement completely abandons the politics of demands, and, with it, all contact with the state, and the creation of its own communal life becomes unambiguously the core of the movement" (Holloway, 2010, p. 242). The politics of demands and contact with the state signifies the traditional politics in terms of representative democracy. Yet, representative democracy appears to be neither representative nor democratic, at least for the indigenous population of Mexico since it did not represent the indigenous democratic demands of land reform. However, the creation of communal life by the movement, which in turn, can be considered "a collective claim to existence as political subjects" (Davis, 2010, p. 84) proved to be a radically democratic alternative. The claim in question, on the other hand, does not refer to a demand from the government, rather it signifies the collective constitution of the political Zapatista subject who takes her life into her hands through the creation of her own autonomous, communal life. The constitution of the "Zapatista" subjectivity, in this sense, is also the constitution of the world the Zapatistas want by their living that world. Thus, the study aims to show that an alternative to the concept of democracy limited to regular elections exists as a possibility in Rancière and as a reality in the Zapatista movement.

In this regard, the first section will present subjectification and its place in Rancière's understanding of politics. In particular, the impossible identification in

subjectification process that allows for the reflection of all those excluded into the Zapatista movement and the reflection of the Zapatista movement into the struggles of all those excluded will be discussed. In the second section, the birth of Zapatismo with reference to the “defeat” of the FLN by the indigenous will be briefly explained. In the third and the final section, the “Zapatista subjectivity” will be analyzed as a case of impossible identification and it will be discussed how the “Zapatista subjectivity” allowed for an alternative politics.

I. SUBJECTIFICATION AND POLITICS IN RANCIÈRE

To start with, this section will present subjectification in Jacques Rancière's thought, which is inseparable from politics since after all, politics signifies subject formation. In this line, according to Rancière “Politics is generally seen as the set of procedures whereby the aggregation and consent of collectivities is achieved, the organization of powers, the distribution of places and roles, and the systems for legitimizing this distribution” (Rancière, 1998, p. 28). However, Rancière objects to this definition and instead calls it *the police* whereas he reserves “the term politics for an extremely determined activity antagonistic to policing: whatever breaks with the tangible configuration whereby parties and parts or lack of them are defined by a presupposition that, by definition, has no place in that configuration – that of the part of those who have no part” (Rancière, 1998, p. 29). In this way, politics amounts to a rupture in *the police*, a rupture which is based on a presupposition while the presupposition in question “itself demonstrates the sheer contingency of the order, the equality of any speaking being with any other speaking being” (Rancière, 1998, p. 30).

The rupture, therefore, is closely related to and based on equality, however equality in question is not an objective that is to be achieved through politics, a policy that will be implemented by politics or an article written in the constitution. It is, rather, a presupposition. In this sense, the Aristotelian distinction between the capacity of speech and of voice is employed by Rancière for the discussion on politics and equality. “The voice, according to Aristotle, is an organ designed for a limited purpose. It serves animals in general to indicate or show sensations of pain or pleasure” (Rancière, 1998, p. 21). Therefore, the two categories created by this distinction refers to the category of those who have logos and those who do not have. The former denotes the possession of the capacity of speech whereas the latter are the ones who can only state pleasure or pain. This distinction, in turn, indicates inequality and politics, according to Rancière, is not based on this distinction since making this distinction the basis of politics is to assign the ones possessing the capacity of speech as proper subjects for politics while assigning the ones who do not possess that capacity as subjects who are not proper for politics. Hence the former appear as the ones who should be counted whereas the latter appear as the ones who should not be counted. Thus, this distinction “is, on the contrary, one of the stakes of the very dispute that institutes politics” (Rancière, 1998, p. 22). Moreover, it denotes the *police* order, rather than being the basis of politics since the *police* order distinguishes and speech from voice while, at the same time,

defining what is speech and what is voice. Politics, then, happens at the moment when the distinction between speech and voice is challenged and when it is shown that what is acknowledged as voice within the police order is in fact speech.

In this way, since the party that has no part does not exist prior to the moment of politics, since the party that is considered possessing only voice in the existing police order has to show that it actually possesses the capacity for speech, it has to constitute itself as an equal party to the parties that are counted within *the police* order, which leads to a rupture in *the police* order. Consequently, subjectification has a crucial place in politics. Politics, in this sense, is the process in which the party that has no part reveals the miscount of the parts in question, reveals that it actually has a part. In this way, politics does not have a subject that is proper to politics, rather, politics is the process of subject formation, of subjectification. "It occurs when those who have no recognized part in the social order, the *sans-part* who do not 'count', who are invisible or inaudible politically speaking, assert their egalitarian claim, which is always also a collective claim to existence as political subjects" and "has three main characteristics: it is (i) an argumentative demonstration, (ii) a theatrical dramatization and (iii) a 'heterologic' disidentification" (Davis, 2010, p. 84).

Following Davis, the argumentative demonstration aspect of subjectification can be exemplified by the French tailors' strike in 1833. With regard to the richness of publications by the working class after the 1830 revolution, Rancière refers to the syllogism of emancipation that revolves around the question whether the French people are equal. "The major premiss of this syllogism is simple: the Charter promulgated in 1830 says in its preamble that all French people are equal before the law, and this equality constitutes the syllogism's major premiss. The minor premiss is derived rather from direct experience" (Rancière, 2007, p. 45). The first of the three minor premises, in this sense, are that the official to whom the demands regarding pay, working hours and working conditions are directed refuses to listen to the tailors and thus he does not treat them as equals. The second is that whereas the law states that masters' organizations as well as workers' organizations are prohibited, only workers' organization is prosecuted. The third is that a French prosecutor states that workers are not equal to other people. In this line, Rancière argues that there are two ways of solving this contradiction between the premises: One is to conclude that the law is an illusion. The way chosen by the tailors, on the other hand, is that either the major premise or the minor premises has to be changed (Rancière, 2007, p. 46-47). According to Davis, however, the argumentative demonstration is not sufficient for the process of subjectification since the subject that appeals to argumentative demonstration in order to show their equality is not acknowledged as a subject that has the capacity to argue rationally in a debate. Thus, "the *sans-part* must have recourse to the ruse of the theatrical, as well as sometimes to violence, to support their rational arguments" (Davis, 2010, p. 85).

This brings us to the theatrical aspect of subjectification, which, according to Davis, can be inferred from the Thesis 8 of Rancière's "Ten Theses on Politics".

The eighth thesis asserts that the main objective of the police as in law enforcement in the case of a demonstration is to disperse the demonstration and to show that everything is normal, there is nothing extraordinary to see there, the only thing to do is to move along while “politics, in contrast, consists in transforming this space of 'moving-along' into a space for the appearance of a subject” (Rancière, 2001, p. 9). The appearance, or the emergence of the subject, in turn, “is always also an emergence into the realm of perception, of visibility and audibility: it is a manifestation” (Davis, 2010, p. 86).

The third aspect of subjectification, in Davis' words, is called “heterologic disidentification” as subjectification “always involves an 'impossible identification' with a different subject (*heteron*, in Classical Greek) or with otherness in general” (Davis, 2010, p. 87). In this regard, Rancière defines process of subjectification as “the formation of a one that is not a self but is the relation of a self to an other” (Rancière, 1992, p. 60), with regard to which he refers to Auguste Blanqui's statement that his profession was proletarian despite not being a worker. While *the police* neither recognizes “proletarian” as a profession nor identifies Blanqui as a proletarian, in line with the politics in Rancière's understanding Blanqui's statement was right since proletarian does not correspond to a sociologically identified social group but is “the name of an outcast”, which, in turn, “is the name of those who are denied an identity in a given order of policy” (Rancière, 1992, p. 61). “In this way, a process of subjectivization is a process of disidentification or declassification” (Rancière, 1992, p. 61). In this regard, the disidentification or declassification points out to an impossible identification. While explaining the intersection between disidentification and impossible identification, Rancière refers to his own experience, to his and his generation's “identification with the bodies of the Algerians beaten to death and thrown into the Seine by the French police, in the name of the French people, in October 1961” (Rancière, 1992, p. 61). In this way, it was impossible to identify with the dead Algerians, however, the identification with the French people invoked by the French police in order to justify the murders they committed could be questioned, which allowed for the emergence of a political subject that could assume neither the Algerian identity nor the French identity, that could only exist at the interval between these two. (Rancière, 1992, p. 61).

With regard to these, Rancière asserts that subjectification is always related to the other due to three reasons: Firstly, subjectification does not mean only to assert an identity but, at the same, to reject an identity attributed by *the police*. The “right” identity attributed by *the police* places the identified into their “right” positions while politics concerns “wrong” identities. Secondly, subjectification involves a demonstration which necessarily assumes the existence of an other. Thirdly, subjectification requires impossible identification (Rancière, 1992, p. 62). In the light of these, before analyzing the Zapatista movement's relationship with “the other” in the sense of assuming and at the same rejecting an identity, presentation of the subject in front of the other, and impossible identification, the formation of a relation between a self and an other, rather than a self, it should be

noted, albeit briefly, how the movement emerged as a movement of all the excluded and presented an alternative politics based on equality, and how that equality was connected to formation of the Zapatista subjectivity.

II. THE "DEFEAT" AND THE BIRTH OF ZAPATISMO

The First Declaration from the Lacandon Jungle roots the Zapatista movement in the 500 years of struggle of the indigenous with clear references to the fights against slavery, for independence, against imperialism, against dictatorship and for revolution (EZLN, 1993). Yet as the movement's name also indicates, it is best to trace the movement back to the Mexican Revolution and Emiliano Zapata's struggle. As a matter of fact, the legacy of Emiliano Zapata can be recognized in the movements and organizations especially in the south Mexico such as the *Coordinadora Nacional Plan de Ayala* (CNPA) that was formed in 1979 and "composed of indigenous comuneros, poor peasants, land petitioners, and agricultural workers" (Harvey, 1998, p. 132) or the National Liberation Forces (*Fuerzas de Liberación Nacional* – FLN) which was an armed guerilla organization that claimed to be the successor of Zapata's Liberation Army of the South (Topal, 2014, p. 158-159). In fact, the FLN founded in 1969 was led by Cesar German Yanez, whose brother, Fernando Yanez was the founder of the EZLN as well as a member of the FLN (Mentinis, 2006, p. 2). Moreover, the group that arrived in Chiapas in 1983, promoted armed struggle and included Subcomandante Marcos had its origins in the FLN (Harvey, 1998, p. 164). This group of six, comprising of three mestizos and three indigenous people, that formed the EZLN on November 17, 1983, in this sense, was a traditional guerilla group that aimed to take over political power through armed struggle. Yet, the group's contact with the indigenous population resulted in the "defeat" of the group.

"At this stage the EZLN was no longer what we had conceived when we arrived. By then we had been defeated by the indigenous communities, and as a product of that defeat, the EZLN started to grow exponentially and to become 'very otherly'" (Ramírez, 2008, pp. 27-28). The defeat in question is actually the defeat of an order based on hierarchy. As Khasnabish (2010) also argues, Zapatismo emerged as the result of the encounter between the indigenous in Chiapas and the urban revolutionaries who came to Chiapas in 1980s (p. 69). These revolutionaries whose ultimate aim was to seize political power through armed struggle arrived in Chiapas to organize and revolutionize the indigenous communities perceived the indigenous in hierarchical lines and as a mass of people to be educated and brought consciousness. Yet, the result proved this perception wrong, and the encounter resulted in an interaction between the guerillas and the indigenous that presented the movement with a novelty comparing to the other guerilla organizations: not pursuing power and non-hierarchical organization. The guerillas realized that the indigenous in Chiapas did not lack political or resistance experience but needed self-defense against the paramilitary groups (Dulkadiroğlu, 2008, p. 137). Harvey (1998), in this sense, explicates the interaction by referring to Marcos's journey among the indigenous which began with the task of teaching history to the indigenous, continued with the realization that the indigenous telling of history was

quite different in terms of unclear temporalities or being based on culture not science, yet accurate. That journey taught Marcos to be patient and to listen (p.166). In Marcos's own words: "We are the product of a hybrid, of a confrontation, of a collision in which, luckily I believe, we lost" (Harvey, 1998, p. 167).

The movement's guiding principles were also born out of this confrontation: "to serve others, not serve oneself; to represent, not supplant; to construct, not destroy; to obey, not command; to propose, not impose; to convince, not defeat; to work from below, not seek to rise" (EZLN, 2016). In line with these principles, the autonomous Zapatista communities were governed by a bottom-up, direct democracy that minimized representation and was based on an egalitarian and collective decision-making process. Thus, until 2003, the ultimate authority over the Zapatista communities was vested to the Clandestine Revolutionary Indigenous Committee (*Comité Clandestino Revolucionario Indígena - CCRI*), which comprised of two representatives, one male and one female, from each indigenous ethnic groups and *mestizos*. Despite comprising of mostly civilian members, the committee which governed civilian affairs until 2003, directed the EZLN's military operations as well. Every major decision whether it was a political or military decision was taken with consultation with the indigenous communities. Unless the consultations ended and all communities approved the decision in question, the CCRI could not make any decision. For instance, the decision to go on war on January 1st, 1994, was a decision taken collectively. At every level, region, municipality, and community, assemblies were held and it was mandatory to attend to the community assemblies. Good Government Juntas (*Juntas de Bien Gobierno - JBGs*) were formed in 2003 and took over the CCRI's authority over civilian affairs. In this way the JBGs directed civil and economic affairs in municipalities while also providing public services. The municipal JBGs operated autonomously while being coordinated by the regional JBGs. In order to prevent the mystification of government affairs, the JBGs were open to any member of the Zapatista community. The representatives serving in the JBGs were compensated in monetary terms but other members of the community took care of their needs.¹

All in all, the principles of the Zapatista movement as well as the implementation of these principles in the actual governance of autonomous Zapatista communities clearly reflects the alternative politics that has been brought to life by the Zapatista movement, which denotes "the politics of living now the world we want to create (or creating now the world we want by living it)" (Holloway, 2010, p. 241). These principles are principles that interrupt the *police* order by not engaging in electoral politics (or armed struggle) and showing that there is another way of doing politics. This, in turn, is based on bottom-up organization, equality, and the rejection of hierarchy. The principles, on the other

¹It should be noted that there are critics who argue that the Zapatista movement has not been as democratic and horizontal as it has been suggested by the proponents of the movement and the movement itself. For instance, Gunderson (2018) argues that the EZLN is a hierarchical and disciplined organization and that there is neither a reason to believe that the CCRI representatives were elected nor such a claim of the movement (p. 548-550).

hand, as well the alternative politics based on these principles entail a new subjectivity: Instead of the Mexican citizen who has been assimilated to the Mexican identity and rejected her indigenous roots, and engaged in electoral politics or guerilla fighter belonging to a hierarchical armed organization that aimed to topple the government through violence, the "Zapatista" who, by way of impossible identification, can reflect all those excluded into the movement while reflecting the movement into the struggles of all those excluded, which will be dealt in the next section.

III. "ZAPATISTA" AS A CASE OF IMPOSSIBLE IDENTIFICATION

In this section, the "Zapatista" subjectivity will be examined with respect to Rancière's understanding of subjectification as well as his understanding of politics. In this regard, particularly the impossible identification in the subjectification process can be observed in the Zapatista identity. On the one hand, the Zapatista identity implies membership in the EZLN, and on the other, it is an identity that is open to embrace all those excluded, invisible and inaudible. In this way, the Zapatista appears as a political subject at a continuous interval between the Zapatista as a member of the EZLN and the Zapatista as a member of the any excluded group who identifies as a Zapatista. This, in turn, might prove to be a way out of the inevitable cooptation of the moment of politics by the *police* order.

To start with, then, the argumentative demonstration aspect can be observed in the First Declaration from the Lacandon Jungle which contains Zapatistas' declaration of war. The Declaration refers to the Article 39 of the Constitution of Mexico: "National Sovereignty essentially and originally resides in the people. All political power emanates from the people and its purpose is to help the people. The people have, at all times, the inalienable right to alter or modify their form of government"² (The Political Constitution of the Mexican United States, Article 39). The explicit reference to the constitution might be perceived as a tactic to show that the struggle was legitimate, however, following Rancière, it might be read as a case of argumentative demonstration. The reference, in this sense, denotes presupposition of equality since declaring that the government is illegitimate and invoking the inalienable right in the article clearly show that the Zapatistas constitute themselves as part of the people referred in the constitution. The indigenous people whose history was appropriated are neither taken into account nor counted as Mexican citizens unless they accept assimilation. In this line, constituting themselves as such and presenting themselves as equals through the reference to the constitution interrupts *the police* order in which they are not counted.

Moreover, the reference to the constitution might be read as a syllogism in which the major premise is that we are part of the people and the right to modify government form belongs to us as well: "We are the inheritors of the true builders of our nation. The dispossessed, we are millions" (EZLN, 1993). When it comes to

² The English translation is taken from the English translation of the First Declaration from the Lacandon Jungle.

the minor premise, it runs as follows: on the one hand, we are denied work food, healthcare, education, and land, and on the other, we cannot modify the government whose responsible for denying these to us: “They don't care that we have nothing, absolutely nothing, not even a roof over our heads, no land, no work, no health care, no food nor education. Nor are we able to freely and democratically elect our political representatives” (EZLN, 1993). We, the people, declare this government and one-party system illegitimate while we are excluded from political participation. On the one hand, the major and minor premises contradict: Do we, the people, have the right to modify or alter the form of government or not? On the other hand, as in the case of French tailors in which “the minor premiss would run something like this: now Monsieur Schwartz, the head of the master tailors' association, refuses to listen to our case. What we are putting to him is a case for revised rates of pay. He can verify this case but he refuses to do so. He is therefore not treating us as equals. And he is therefore contradicting the equality inscribed in the Charter” (Rancière, 2007, p. 46); the Zapatistas demand the satisfaction of their basic needs as land, work, health care, food, and education while the government refuses to listen their case. Therefore, the Zapatistas “after having tried to utilize all legal means based on our Constitution” (EZLN, 1993) refer to the Article 39, since they are not treated as equals, which contradicts with the Article 4 of the Constitution³ although the Zapatistas do not refer to that article. Thus, the reference to the Constitution might be considered as an argumentative demonstration.

With respect to the second aspect of subjectification, theatrical dramatization, in the case of Zapatistas, as stated, the perceptible is determined by *the police* order and there is no place for the indigenous within this perceptible. Furthermore, President Salinas' statement that “there is a stable social climate across the country” (Montemayor, 1997 in Mentinis, 2006, p. 6) and the statement of Minister of Interior, Patrocinio González, that assures there are no guerillas in Chiapas (Grange and Rico, 1997 in Mentinis, 2006, p. 6) after the discovery of a guerilla camp in Chiapas in May 1993 in addition to the declaration made just after the uprising's beginning that the indigenous are not capable of using weapons or even of rebellion and that the rebellion has foreign connections point out the partition of the sensible. Besides, the same statement of the Minister of Interior that says, “a delicate situation has presented itself in just four of the 110 municipalities of Chiapas, in the remaining 106 conditions are normal” (Ramírez, 2008, p. 108) and other numerous statements that argued everything was normal in Chiapas show affinities with Rancière's argument that the police's main objective is to assert that there is nothing to see: “Move along! There is nothing to see here!” (Rancière, 2001, p. 9).

³ “Men and women are equal under the law. The law shall protect family organization and development...Every person has a right to live in an adequate environment for her development and welfare. Every family has a right to a dignified and decent household... Children's need to nourishment, health, education, recreation and integral development shall be fulfilled” (Political Constitution of the Mexican United States, Article 4).

Against these displays of *the police*, the initial uprising of the Zapatistas that began on January 1st, 1994, might be considered as a creation of spectacle in the sense that appearing in a space in which the perceptible determined *the police* designates that there is nothing to see or hear presents that there is indeed something to be seen or heard there.

And so we took up arms and we went into the cities where we were considered animals. We went and we told the powerful, "We are here!" and to all of the country we shouted, "We are here!" and to all of the world we yelled, "We are here!". And they saw how things were because, in order for them to see us, we covered our faces; so that they would call us by name, we gave up our names; we bet the present to have a future; and to live..we died. (Marcos, 2004, p.115).

It is significant how Subcomandante Marcos states that they are considered as animals in the cities. Together with the demonstration of "they are there", this bears significances to the distinction between the speech belonging to humans and voice belonging to animals. The fact that they appear in a space where they are considered animals having voice and presenting themselves as humans with the capacity to speech, consequently as equals, is the political interruption of *the police* order.

The following appearances of the Zapatistas such as their appearance in thirty towns of Chiapas and declaring these towns autonomous rebel municipalities and their silent march, entrance to "the cities of San Cristóbal de las Casas, Ocosingo, Las Margaritas, Comitán, and Altamirano, and occupying their central squares" (Oikonomakis, 2012), the same cities occupied on January 1, 1994, should also be considered as creating spectacle, where *the police* order partitions the sensible in a way the Zapatistas have no place while, in turn, they present their places by marching.

The presence of wooden guns during the initial uprising "as the Zapatista soldiers (some wearing boots but most in huaraches and a few barefoot) marched before the platform, most carrying wooden rifles, not real firearms" (La Botz, 2014) and their symbolic bombing the military headquarters with paper planes (Ramírez, 2008, p. 191) might also be considered as creating spectacles. When looked at a war, one does not expect to see wooden guns or paper planes, the sensible is limited to the real guns, planes and bombs in the case of a war. The symbolic use of wooden guns and paper planes challenges this partition of the sensible. Their place is not a war just as the indigenous' place is not the streets of cities, neither she is in a position to use guns or to rebel. This symbolic use of wooden guns and paper planes inserts the wooden guns and paper planes into a place where they should not be just as the indigenous insert themselves into a place where they should not be.

In this line, the masks denote a crucial symbolic meaning, in addition to the ensuring security, as well. In an interview conducted on January 1, 1994, Subcomandante Marcos is asked about the masks, to which he replies:

The mask is so that there is no protagonism,.. So now, since it is not well known who is who, probably in a little while another will come out, or it could be the same one... We know that our leadership is collective and that we have to submit to them. Even though you happen to be listening to me here now because I am here, but in other places others, masked in the same way, are talking. This masked person today is called Marcos here and tomorrow will be called Pedro in Margaritas or Josue' in Ocosingo or Alfredo in Altamirano or whatever he is called. Finally, the one who speaks is a more collective heart, not a caudillo. (Autonomea, 1994, p. 49).

What is more, the masks are crucial in the sense that through covering their faces with masks, they become visible. In addition to the visibility of a subject, mask signifies the visibility of struggle, or subjectification in struggle. For instance, a Zapatista states that “With my mask, I'm a Zapatista in a struggle for dignity and justice...Without my mask, I'm just another damn Indian!” (FAQ About Zapatismo, in Kien, 2019, p. 150). In this respect, the mask appears as a significant part of Zapatista subjectification, which leads us to the last aspect of political subjectification, that is impossible identification,

In this sense, Rancière defines the process of subjectification as “the formation of a one that is not a self but is the relation of a self to an other” (Rancière, 1992, p. 60). Recalling Blanqui's self-identification as a proletarian, while for the prosecutor, who reflects *the police* order, profession means job putting one in her place and function, for Blanqui it is the declaration of belonging to a collective, which not identifiable by a social group but is “the class of the uncounted that only exists in the very declaration in which they are counted as those of no account” (Rancière, 1998, p. 38). The logic of political subjectification is, in this sense, a logic of the other since subjectification is never a simple assertion of identity but also a denial of the identity given by *the police* order, it is also a demonstration that supposes an other, and always requires an impossible identification.

In this regard, the mask signifies both an assertion of identity as a Zapatista struggling, and the denial of identity given by *the police* order as another damn Indian. It might be argued that if the Zapatistas had taken the streets of cities without masks they would have been characterized as another group of damn Indians, therefore their identity as Indians, which was nevertheless not taken into account, would have been reproduced, whereas wearing masks worked for their denial of identity as Indians and constituted them as struggling Zapatistas. They appeared in the streets not as identifiable to the sociable group of Indians, but as the class of uncounted.

Of course, the argument for denial of the identity as Indians might be objected by arguing that the Zapatista movement is an indigenous movement. However, as John Holloway argues, the Zapatistas have never declared themselves

as an only an indigenous movement. They have stressed they had a more extensive cause. "Its struggle is for all those 'without voice, without face, without tomorrow', a category that stretches far beyond the indigenous peoples. Their demands—work, land, housing, food, health, education, independence, freedom, democracy, justice and peace—...are demands for all" (Holloway & Peláez, 1998, p. 167). Moreover, the "national" in the Zapatista Army of National Liberation "has more a sense of moving outwards than of moving inwards: 'national' in the sense of 'not just Chiapanecan' or 'not just indigenous', rather than 'national' in the sense of 'not foreign'" (Holloway & Peláez, 1998, p. 167).

The masks, in addition to being a demonstration and denial of the identity given by *the police* order, might be considered as a tool for impossible identification. "The anonymity afforded by the mask is thus not merely practical, but also symbolic. It 'represents' those who are not currently represented: the faceless, voice-less minorities—which in numerical terms is the vast *majority*" (Tormey, 2006, p. 150). Actually, this posits only one way of impossible identification: the Zapatista can form a one that is not merely herself, an indigenous, but that is a relation of herself to an other, the faceless and voiceless, by wearing a mask.

However, there is a second way of impossible identification through the mask as it allows anyone to be a Zapatista in the sense that a person can form a one that is the relation of herself to a Zapatista through the symbol of mask: "Marcos says to those who seek him out that he is not a leader, but that his black mask is a mirror, reflecting each of their own struggles; that a Zapatista is anyone anywhere fighting injustice, that 'We are you'" (Klein, 2002, p. 211). The mask as a mirror, in this regard, works in two directions. On the one hand, it reflects all those excluded, all those not taken into account, all those invisible into the Zapatista movement, and on the other hand, it reflects the Zapatista movement into anyone struggling against injustices, inequalities and exclusion. Moreover, "by covering their faces as a political action, the Zapatistas are able to create a unique political anonymity (open to anyone, and yet unambiguously against neoliberalism) that rejects identity-based models of subjectivity in favor of a collective subject of the event itself" (Nail, 2013, p. 36). The mask is the declaration of membership in a collective, which is not identity-based, not identifiable by a social group, which, on the contrary, is the class of the excluded, invisible and uncounted.

In the light of these, Subcomandante Marcos' famous declaration appears as the perfect demonstration of impossible identification:

Marcos is gay in San Francisco, a black person in South Africa, Asian in Europe, a Chicano in San Isidro, an anarchist in Spain, a Palestinian in Israel, an Indigenous person in the streets of San Cristóbal,...a dissident against neoliberalism, a writer without books or readers, and a Zapatista in the Mexican Southeast. In other words, Marcos is a human being in this world. Marcos is every untolerated, oppressed, exploited minority that is resisting and saying, "Enough!" He is every minority who is

now beginning to speak and every majority that must shut up and listen. He is every untolerated group searching for a way to speak, their way to speak. Everything that makes power and the good consciences of those in power uncomfortable-this is Marcos (Subcomandante Marcos in Autonomedia, 1994, p. 320).

Through his identification with all those listed above, Marcos constitutes not a self but a relation of a self to an other. Further, the use of “Enough” here or of “*Ya Basta*” (Enough already) in other communiques and declarations is significant considering the distinction between speech and voice. Despite the fact that it is not a slogan specific to the Zapatista movement, its use along with reference to invisibility and imperceptibility makes it possible to argue that *the police* order might consider “*Ya Basta*” as an example of voice indicating pain. However, Zapatistas' argumentative, logical demonstrations that a wrong exists through the syllogism of emancipation, their emergence into realm of visibility and perceptible through theatrical demonstration, and their presupposition of their equality to the counted parts of the society as well as to all those unaccounted through impossible identification indicate that their “*Ya Basta*” is actually speech pointing out the injustices and inequalities within the social order. Moreover, not only Marcos' words but also other Zapatistas such as Zapatista Major Ana María's words prove to be examples of impossible identification:

Behind us are the we that are you. Behind our balaclavas is the face of all the excluded women. Of all the forgotten indigenous people. Of all the persecuted homosexuals. Of all the despised youth. Of all the beaten migrants. Of all those imprisoned for their word and thought. Of all the humiliated workers. Of all those who have died from being forgotten. Of all the simple and ordinary men and women who do not count, who are not seen, who are not named, who have no tomorrow. (Zapatista Major Ana María in Holloway & Peláez, 1998, p. 189).

Therefore, referring to the Zapatista movement as only an indigenous movement would actually not be true as Holloway argues. The Zapatista movement is of all those forgotten, of all those excluded, of all those not being into account and of all those invisible.

Recalling Rancière's identity at interval between the dead bodies of Algerians and the French people, the “Zapatista” subjectivity might be interpreted as an identity always at interval both through the use of masks and the movement's careful non-identification with only one excluded group. The mask allows for the rejection of an identity, any identity, given by the *police* order to the wearer of the mask while at the same time allowing for the adoption of the “Zapatista” identity by the wearer. Just like the *police* order does not comprehend Blanqui's identification as a proletarian, the identification of, say, an immigrant as a Zapatista cannot be comprehended by the *police* order. In this way, the rejection of the

immigrant identity and adoption of the Zapatista identity through the use of masks appears as impossible identification. Yet, since the Zapatista identity is not a fixed one that is connected to any determinate group, any excluded group can be reflected into the Zapatista identity, which stresses the possibility of the adoption of the Zapatista identity by any excluded group. On the other hand, just as the other example given by Rancière, "the 1968 assumption 'We are all German Jews'" (Rancière, 1992, p. 61) is an impossible identification since it was a shouted by the French, the immigrant who self-identifies herself as a Zapatista is not a member of the EZLN. Nevertheless, the Zapatista saying "Be a Zapatista wherever you are" (Ryan, 2008, p. 118), together with the use of the masks and the embracement of all those excluded allow for the possibility of the adoption of the Zapatista identity by any excluded group.

CONCLUSION

According to Rancière, what is known since the antiquity as politics is in fact *police* order, which is the order that counts, names, and allocates places and shares to the parts comprising the society. The partition of the sensible, which is the main function of a *police* order, decides on which parts are the parts that form the society, which means that *the police* does not only determine how the shares and places are allocated to the parts, but also which parts are counted as parts. Politics, on the other hand, happens when a rupture in this logic of *police* is interrupted, which is an interruption that rests on equality. What is referred as equality here is not the equality that is distributed from above, nor is it something that will be achieved through politics. It is something presupposed. Politics implements "a basically heterogeneous assumption, that of a part of those who have no part, an assumption that, at the end of the day, itself demonstrates the sheer contingency of the order, the equality of any speaking being with any other speaking being" (Rancière, 1998, p. 30). Politics, in this sense, points out that *the police* order is based on contingency. Although *the police* presents a world in which that order is natural, inevitable, and unchangeable; politics presents the possibility of another world by showing that *the police* order is not naturally given and it is, in reality, changeable.

"The equality of any speaking being with any other speaking being", on the other hand, is a presupposition and it has to be constituted and points out to the process of subjectification. As stated, then, there is no subject proper to politics, on the contrary, politics itself is a formation of subjects. Politics occurs when those who have no recognized part in the social order, the *sans-part* who do not 'count', who are invisible or inaudible politically speaking, assert their egalitarian claim, which is always also a collective claim to existence as political subjects" (Davis, 2010, p. 84). In this regard, the Zapatista subject denotes a subjectification process in a Rancièrian sense. First, the reference to the Mexican Constitution, through formation of a syllogism of emancipation, is an example of argumentative demonstration. Second, the very act of taking to streets and occupying several municipalities on January 1st, 1994, in addition to the symbolic use of wooden guns and paper planes by the Zapatistas are forms of theatrical dramatization. Third, the

use of masks by the Zapatistas allows for a possibility of impossible identification, which lets the Zapatista movement move beyond being only an indigenous movement towards a movement of all those excluded.

As Holloway argues “The open-ended nature of the Zapatista movement is summed up in the idea that it is a revolution, not a Revolution... It is a revolution, because the claim to dignity in a society built upon the negation of dignity can only be met through a radical transformation of society. But it is not a Revolution in the sense of having some grand plan, in the sense of a movement designed to bring about the Great Event which will change the world” (Holloway & Peláez, 1998, p. 168). The Zapatistas do not consider themselves as vanguards who shows the way to emancipation to others. They consider themselves as a part of a greater struggle that fight in their own way. Rancière, in turn, suggests that politics might arise anywhere, by anyone and every political struggle, despite being based on the presupposition of equality, is fought in its own way. In this regard, neither the Zapatistas nor Rancière suggests a program, a schedule for political struggle. What they have common is the struggle to be visible and heard; the struggle to show the exclusion and marginalization, which are based on the presupposition of equality of anyone to anyone.

In this sense, this study shows that although democracy is somehow reduced to an understanding that is based on regular, supposedly fair elections, an alternative exists both in Rancière's thought and in the Zapatista movement. This alternative posited against what Rancière calls *police* orders is based on equality of anyone to anyone. This equality, or rather the presupposition of equality brings the hope that anyone excluded, marginalized, anyone that are not taken into account can act from the presupposition of equality can challenge *the police* order in which they live. As there is no proper subject of politics, anyone can engage in politics. While in Rancière we see the possibility of this hope, the Zapatista movement shows us the reality of the hope, albeit neither suggests only one way to realize this hope.

Finally, Rancière claims that politics is something that happens rarely and momentarily: “... to grasp the concept of *police* reveals the impossibility of eliminating *police* in favor of politics. Any effort to disrupt *the police* order will always be subject to co-optation by that very *police* order” (Chambers, 2010, p. 68). However, it might be argued that the Zapatista movement seems open to challenge any *police* order that might arise and that eliminating *police* in favor of politics might be possible as the Zapatista movement becomes the movement of all those excluded, invisible and not taken into account through the Zapatista subjectivity that is constituted through impossible identification and allows for the reflection of all those excluded into the Zapatista movement while also reflecting the Zapatista movement into the struggles of all those excluded.

In this sense, the analysis of Zapatista subjectivity by employing Rancière's conceptualizations of politics and subjectification shows a way out of identity politics through the movement's constant process of impossible identification. In

this way, the movement, despite the seemingly fixed appearance of the Zapatista “identity”, shows the potential to rally all the excluded, invisible and unheard groups behind the Zapatista subjectivity and the Zapatista mask through the ability to identify with any other oppressed minority.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makalenin tamamı Aykut Örküp tarafından kaleme alınmıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

REFERENCES

- Autonomea. (1994). *Zapatistas! Documents of the new Mexican revolution*. Autonomea.
- Chambers, S. A. (2010). Police and Oligarchy. In *Jacques Rancière: Key concepts* (pp. 57–69). Durham: Acumen Publishing.
- Davis, O. (2010). *Jacques Rancière*. Cambridge: Polity.
- Dulkadiroğlu, M. (2008). *Doğrudan Demokrasi: Zapatist Özyönetim Deneyimi*. Ankara: Algiyayın.
- EZLN. (1993). First Declaration of the Lacandon Jungle. Retrieved January 19, 2023, from Radio Zapatista website: <https://radiozapatista.org/?p=20280&lang=en>
- EZLN. (2016, November 27). A Story to Try to Understand. Retrieved from Enlace Zapatista website: <https://enlacezapatista.ezln.org.mx/2016/11/26/a-story-to-try-to-understand/>
- Gunderson, C. (2018). Autonomist Marxist Interpretations of the Zapatista Uprising: A Critique. *Science & Society*, 82 (4), 531-554.
- Harvey, N. (1998). *The Chiapas Rebellion: The Struggle for Land and Democracy*. Durham and London: Duke University Press.
- Holloway, J. (2010). *Crack capitalism*. Pluto.
- Holloway, J., & Peláez, E. (1998). *Zapatista! Reinventing revolution in Mexico*. London: Pluto Press.
- Khasnabish, A. (2010). *Zapatistas*. New York: Zed Books.
- Kien, G. (2019). *Communicating with memes: Consequences in post-truth civilization*. London: Lexington Books.
- Klein, N. (2002). *Fences and windows: Dispatches from the front lines of the globalization debate*. London: Flamingo.
- La Botz, D. (2014, January 13). Twenty Years Since the Chiapas Rebellion: The Zapatistas, Their Politics, and Their Impact. Retrieved January 19, 2023, from Solidarity website: <https://solidarity-us.org/site/node/4082/>
- Marcos, S. (2004). *Ya basta! Ten years of the Zapatista uprising* (Ž. Vodovnik, Ed.). Oakland: AK Press.
- Mentinis, M. (2006). *Zapatistas: The Chiapas revolt and what it means for radical politics*. London: Pluto Press.
- Nail, T. (2013). Zapatismo and the Global Origins of Occupy. *Journal for Cultural and Religious Theory*, 12(3), 20–35. Retrieved from <https://philpapers.org/rec/NAIZAT>
- Oikonomakis, L. (2012, December 21). Zapatistas: “To be heard, we march in silence” Retrieved January 19, 2023, from ROAR Magazine website: <http://roarmag.org/2012/12/zapatistas-march-chiapas-mayas/>
- Ramírez, G. M. (2008). *The fire and the word: A history of the Zapatista movement*. San Francisco: City Lights Books.
- Rancière, J. (1992). Politics, Identification, and Subjectivization. *October*, 61, 58–64. <https://doi.org/10.2307/778785>

- Rancière, J. (1998). *Disagreement: Politics and philosophy* (J. Rose, Trans.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Rancière, J. (2001). Ten theses on politics. *Theory & Event*, 5(3).
<https://doi.org/10.1353/tae.2001.0028>
- Rancière, J. (2007). *On the shores of politics* (L. Heron, Trans.). London: Verso.
- The Political Constitution of the Mexican United States*. (2005).
<http://historico.juridicas.unam.mx/infjur/leg/constmex/pdf/consting.pdf>
- Topal, A. (2014). Meksika’da tarım politikaları ve kırsal mücadele dinamikleri. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 41, 151-176.
- Tormey, S. (2006). “Not in my name”: Deleuze, Zapatismo and the critique of representation. *Parliamentary Affairs*, 59(1), 138–154. <https://doi.org/10.1093/pa/gsj001>

Kendi Kendine Liderliğin Yaşam Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma

Aysel ARSLAN* Hasan GÜL**

ÖZ

İnsanlar amaçları olan ve amaçlarını gerçekleştirmek için çaba gösteren sosyal varlıklardır. İnsanların ya da bir arada yaşayan insan gruplarının düşünce ve arzularının belirgin hale gelmesinde ve amaçlarına ulaşmalarında liderlik olgusunun payı büyüktür. Bireyleri ya da grupları belirlenen amaçlar doğrultusunda etkileyerek yönlendirme yeteneğine sahip olan liderler, kendi yaşamlarını da amaçları doğrultusunda düzenleyebilecek güce sahiptirler. Kendisini hedeflerine odaklayarak bu çerçevede tutum ve davranış sergileyen kişi aslında kendi kendisinin lideri olmaktadır. Her iki manada da liderlik örgütsel yaşam için önemli bir kavramdır. Örgütlerde istenilen, örgütsel amaçların gerçekleşmesi yanında bireysel hedeflere de önem verilmesi, her ikisinin birbirleriyle uyumlu bir biçimde gerçekleşmesidir. Böylece bireylerin mutlu ve verimli çalışmaları sağlanacak, yaşama olan bağlılıkları artacaktır.

Bu çalışmada bireylerin kendi kendine liderlik davranışlarının yaşam bağlılıklarına olan etkisi ölçülmek istenmiştir. Bu bağlamda hazırlanan anket Orta Karadeniz bölgesinde yer alan bir ildeki Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinden oluşan bir örneklem grubu üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilerek raporlanmıştır. Analizler sonucunda işletme sahiplerinin kendi kendine liderlik davranışlarının yaşam bağlılıklarını pozitif yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kendi Kendine Liderlik, Yaşam Bağlılığı, Ticaret ve Sanayi Odası
JEL Sınıflandırması: M1, M10, M12

A Research on the Effect of Self-Leadership on Life Commitment

ABSTRACT

They are social beings who strive to achieve the goals and purposes of people. The leadership phenomenon has a great role in the emergence of the thoughts and desires of the people or groups of people living together and in reaching their goals. Leaders, who have the ability to influence individuals or groups by targeting the goals set by them, attack the power that can organize their own lives towards goals. The person who exhibits these attitudes and behaviors by focusing on behavior orientation is actually a self-leader. In both senses, having a career is an important concept for life. What is desired in organizations is to give importance to the individual prolongation as well as the realization of the goals, and the harmonious realization of each organization. Thus, productivity and efficiency studies will be ensured, and the happy restrictions on life will increase.

It was aimed to measure the effect of the characteristics of these individuals on their life obligations. In this context, the large survey was applied to a sampling group consisting of the members of the Chamber of Commerce and Industry in a province located in the Central Black Sea region. The obtained sections were analyzed and reported with the SPSS program. As a result of the

*Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, aysel.arslan@omu.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-4973-7957

**Prof. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, hasan.gul@omu.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-3720-5451

(Makale Gönderim Tarihi: 31.01.2023 / Yayına Kabul Tarihi:21.09.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1245673

Makale Türü: Araştırma Makalesi

analysis, consuming the business, self-leadership suggestions, life suggestions in a positive way and target-oriented results have been achieved.

Key Words: *Self-Leadership, Life Commitment, Chamber of Commerce and Industry*

JEL Classification: *M1, M10, M12*

GİRİŞ

İşletme yönetimlerinin başarısında oldukça önemli olan liderler, kuruluşların amaçlarının gerçekleşmesinde etkili olarak rekabet avantajı sağlamalarına ve rakipleri karşısında üstünlük elde edebilmelerine katkıda bulunan kişilerdir. Liderler sosyal yaşam ve iş yaşamındaki yakın ya da uzak hedeflere ulaşılmasında yol gösterici konumdadırlar. Bu nedenle liderlerin belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi için bireyleri ya da toplumları zihinsel ve fiziksel olarak etkileme gücüne sahip olmaları gerekmektedir (Uğur ve Uğur, 2014: 133).

Ortak amaçlar doğrultusunda hareket etmek örgütsel yaşamın temel dinamikleri arasındadır. Örgütsel yaşamda birbirinden çok farklı özelliklere sahip bireylerin birlikte, iş birliği halinde çalışması hiyerarşik düzene bağlı olmakla birlikte liderlik gücünün de etkisi altındadır. Literatürde yönetici ve lider tanımlarının benzer ifadeleri içerdiği görülmekle birlikte, yöneticinin gücünü daha çok hiyerarşik yapılanmadan aldığı, liderin ise etkileme gücünden aldığı görülmektedir. Dolayısıyla örgütsel yaşamda istenilen yöneticilerin aynı zamanda lider olmalarıdır. Liderlerin destekleyici bir iş ortamına ilişkin davranışları (örgütsel zaman beklentileri, kariyer sonuçları ve yönetsel destek dahil) bireylerin örgüte olan bağlılıkları ile olumlu bir şekilde ilişkili bulunmaktadır (O’neill vd., 2009: 25). Örgütsel bağlılık ise verimlilik ile ilişkilidir (Deepa vd., 2014: 72). Dolayısıyla örgütsel verimlilik için etkin bir lidere ihtiyaç duyulmaktadır.

Lider sadece başkalarının hayatına dokunarak, onların isteklerine kavuşmalarını sağlamak olarak algılanmamalıdır. Lider aynı zamanda kendi yaşamını hedefleri doğrultusunda biçimlendirebilmeli, önce kendine ışık tutmalı, sonra bireylere ve toplumlara örnek olmalıdır. Genel olarak toplumların lider olarak kabul ettikleri kişilerin yaşamlarının herkesi büyülediği bir gerçektir. Zaten liderliğe konu olan “etkileme gücü” ile anlatılmak istenen de budur. Başkalarını etkileyebilme durumu dış görünüşten hitap yeteneği ve uzmanlık gücüne kadar uzanan çok geniş bir yelpazede ele alınabilmektedir. Bu çerçevede lider önce kendi yaşamının lideri olmalı, sonra başka kişi ve kişilere ilham kaynağı olmalıdır. Ayrıca her insanın fitratında az veya çok bir liderlik mayası bulunmaktadır. İnsanların bu potansiyel fitri özelliklerini keşfedip açığa çıkarmaları kendi kendilerini motive etme, düşünce ve davranışlarını daha etkin yönetebilme fırsatları sunmaktadır. Bu bağlamda kişisel, sosyal ve örgütsel hedeflere ulaşılmasında; diğer bir ifadeyle yaşam bağlılığı ve mutluluğunun sağlanılmasında kendi kendine liderliğin önemli bir liderlik tarzı olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada kendi kendine liderliğin yaşam bağlılığına olan etkisi ölçülmek istenmekte, böylece liderliğin hem özel hem de örgütsel yaşamdaki başarısının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

A. Kendi Kendine Liderlik

Lider, en basit tanımıyla başkalarını arzu, istek ve amaçlar doğrultusunda etkileyebilme gücüne sahip olan, onları harekete geçirebilen ve yönlendirebilen kişidir. Aynı zamanda grup üyeleri tarafından hissedilen ancak açıklığa kavuşmamış olan ortak düşünce ve arzuları benimsenebilir bir amaç biçiminde ortaya koyan ve grup üyelerinin potansiyel güçlerini bu amaç etrafında faaliyete geçirebilen kişidir. Liderlik, tarihin her devrinde var olmuştur. Günümüz demokrasi hareketleri ve bilimsel gelişmelerin artan hızı ile bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin liderliğe olan ihtiyacı azalttığı ileri sürülmektedir. Ancak, birey ya da grubun etkinliği ile birlikte verimliliği söz konusu olduğunda, insan çabalarının koordine edilmesi ya da birleştirilmesi gerektiğinde mutlaka liderlere ihtiyaç duyulmuştur (Eren, 2016: 501).

Liderler tarih boyunca toplumların misyon ve vizyonlarının hayat bulmasına yardımcı olmuşlardır. Liderlik sürecinin esasını oluşturan etkileme, liderin kullandığı güç kaynakları ile ilişkilidir. Bu gücün kaynağının resmi yetkiler olması gerekmemektedir. Formal yetkisi olmadığı halde büyük bir grubu etkisi altına alarak onları belli davranışlara sevk edebilen liderler vardır; örneğin spor karşılaştırmalarındaki amigolar ya da tribün liderleri gibi. Organizasyonlarda ise liderliğin sadece üst kademeleri işgal edenlerden beklenen bir davranış olmadığını bilmek gerekmektedir. Organizasyonlarda lider ile yöneticinin eş anlamlı olmadığı, yöneticilik rolü olmayan liderler olduğu gibi liderlik niteliklerine sahip olmayan yöneticilerin de olduğu bir gerçektir (Koçel, 2018: 589). Liderler ile yöneticilerin kesiştikleri ortak özellik; her ikisinin de örgütlerdeki kişi ve grupları ortak amaçlara ulaştırmak için yönlendirme ve yönetme çabası içerisinde bulunmalarıdır (Tengilimoğlu, 2005: 3). Drucker ve Bennis'in "yöneticilik işleri olduğu gibi yapmaktır, liderlik ise doğru olanı yapmaktır" ifadeleri bu iki kavram arasındaki ayrımı netleştirmektedir. Günümüzde liderlik ile ilişkili kavramlar çoğunlukla değişim, vizyon ve risk olgularıyla birlikte anılmaktadır. Dolayısıyla günümüzde liderlik anlayışı değişim ve gelişim ile paralel bir biçimde ilerlemektedir (Kılınç, 2002: 84). Liderlik doğuştan gelen bir özellik değil, eğitim ve iş deneyimi ile rol model ve mentor olma yoluyla gelişimi sağlanan karmaşık yetkinlikler, kişisel nitelikler ve vizyon paketidir. Stratejik bir müdahale olarak iş gücü liderliğine olan ihtiyaç, çoğunlukla iş gücü düzensizliği ile karakterize edilmiş, az gelişmiş bir iş gücü altyapısı olan kuruluşlarda daha önemli bir hal almıştır (Hughes, 2009: 1029).

Liderlik olgusunun bireysel, örgütsel ve toplumsal hedeflere ulaşmada anahtar kavramlardan birisi olması, konunun çeşitli yönleriyle araştırılmasına ve bu bağlamda çok sayıda yeni liderlik türünün geliştirilmesine yol açmıştır. Bu bağlamda ortaya atılan liderlik türlerinden birisi de kendi kendine liderliktir. Kendi kendine liderlik, kişinin kendi kişisel davranışlarını yönetme ve kontrol etme becerisiyle ilgili olan, sürdürülebilir rekabet avantajları yaratarak istenen hedeflere ulaşmak için stratejiler geliştiren bir kendini etkileme perspektifidir (Abid vd., 2021: 299). Kendi kendine liderlik alanında yapılan araştırmalar, kendi

kendine liderlik stratejilerinin bireylerin yaşamları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Araştırma bulgularına göre, kendi kendine liderlik stratejileri, katılımcıların problem çözme ve olumsuz duyguların üstesinden gelmedeki etkinliğine katkıda bulunmakta, daha sağlıklı ve daha iyi yaşam koşullarına yol açmaktadır (Mustriwati vd., 2021: 41).

Söz konusu liderlik türü, bireysel özerkliğe dayalı içsel motivasyonu teşvik ettiği için bireylerin tutumları ve başarıları üzerinde olumlu bir etki gösterebilmektedir. Kendi kendine liderlik, bireylerin kendi kendini motive etme, düşünce ve davranışlarını yönetme yoluyla görevleri yerine getirmesini ve hedeflere ulaşmasını içermektedir. Kendi kendine liderlik teorisi, 1980'lerde organizasyonların hızlı değişimi nedeniyle bir ekip liderinden veya organizasyondan üyelerine geleneksel tek yönlü talimat, emir, kontrol ve iletişimin bireylerin hedeflere ulaşmasında artık etkili olmadığı bilincinden ortaya çıkmıştır (Bum, 2018: 1984-1985). Kendi kendine liderlik örgütlerde yeni bir insan kaynakları geliştirme müdahalesi olarak da görülebilmektedir. Kendi kendine liderlik eğitimi, bireylerde içsel motivasyonu teşvik ederek bunlardan yararlanmayı ve kendini etkileme tekniklerini geliştirmektedir (Williams, 1997: 139).

Kendi kendine liderlik kavramı, Kerr ve Jermier'in (1978) liderlik ikameleri çalışmaları ile Manz ve Sims'in (1980) kendini (öz) kontrol teorisine dayanan kendi kendine yönetim çalışmalarının bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır (Doğan ve Şahin, 2008a: 141; Sesen vd., 2017: 947). Günümüzde kendi kendine liderlik yaklaşımının inisiyatif almada istekli, farklı tarzda ve ileriye dönük geniş bakış açısıyla düşünebilen, bireysel becerilerini artırmayı arzu eden özerk bireyler ile çabuk karar alabilen ve uygulamaya geçirebilen, çevik olan, karmaşık örgütler arasında eşgüdüm yaratma sürecinde çok etkili olabileceği aşıkardır. Kendi kendine liderlik yaklaşımı örgüt ile örgütü oluşturan bireyler arasında ortak bir çıkar ve amaç birlikteliği sağlayabilir niteliktedir (Kabakcı, 2023: 3).

Bazı kuruluşların karşı karşıya kaldığı artan rekabet olgusu, geleneksel yönetimden lider yönetimine geçişi gerektirmiştir. Özerklik ihtiyacı ve genel öz-yeterlilik gibi kişisel niteliklere sahip çalışanların sorumluluk alma ve etkili bir şekilde çalışma olasılıkları daha yüksektir. Kendi kendine liderlik becerisine sahip çalışanların temel özelliği kendini motive edebilecek doğru uyarıcılara ulaşarak, hedeflere erişmek için içsel motivasyonu sağlayabilmelerinde saklıdır (Bozkurt, 2022: 150). Bu çalışanlar kendi kendilerine liderlik ederek bireysel performanslarını geliştirmek için çaba göstermektedirler. Kendi kendine liderlik becerileri kullanımı ile öz-yeterlilik ve yapıcı düşünce arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Norris, 2008: 43). Kendi kendine liderlik stratejileri üç genel kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; davranışsal farkındalık ve irade, görev motivasyonu ve yapıcı düşünce modeli stratejileridir (Houghton ve Neck, 2002: 673; Houghton vd., 2012: 223).

Davranışsal farkındalık ve irade; bu stratejiler, bireylerin öz farkındalıklarını geliştirmelerine yardımcı olmaya çalışmakta (Javadi vd., 2013: 285) ve bireyin davranışlarının kendisi tarafından yönetimini anlatmaktadır. Bu

davranışlar arasında kendini gözlemlene, kendine hedef belirleme, kendini ödüllendirme ve kendini cezalandırma yer almaktadır (Neck ve Houghton, 2006: 271).

Görev motivasyonu; iki temel ödül stratejisi vardır: birincisi işleğin kolaylaştırılmasını sağlayan görevden zevk almaktır ve görevin kendisi doğal olarak ödüllendirici hale gelmektedir. İkinci strateji, görevin doğası gereği ödüllendirici yönlerine yeniden odaklanmak ve dikkati görevin istenmeyen yönünden uzaklaştırarak algıyı şekillendirmektir (Long vd., 2015: 17). Böylece göreve karşı bir motivasyon sağlanmış olmaktadır. Birey içsel olarak türetilmiş ödüllerle ve bu ödüllerin kendi kendini motive ettiği hedeflerin kullanılması yoluyla başarıya ulaşmaktadır (Courtright vd., 2011: 210).

Yapıcı düşünce; zihinsel imgeler yaratıp bu sayede kendi kendine değerlendirmeler yaparak yanlış varsayımları tanımlamayı ve değiştirmeyi içermektedir (Chajukul, 2010: 16). Böylece performans olumlu yönde etkilenecektir. Kendi kendine liderin bilişsel süreçlerini kontrol altına almasını sağlayarak davranış yönetimini kolaylaştırmak için tasarlanmıştır (Hauschildt ve Konradt, 2012: 498).

Kendi kendine liderlik, başka bir kişinin liderliğinin tam bir ikamesi olarak düşünülmemelidir. Kendi kendine liderlik ile başka birisinin liderliği karşılıklı olarak etkileşimlidir. Bir liderin güçlendirici liderliği, içsel kendi kendine liderliği etkileyen kritik bir güçtür (Stewart vd., 2011: 204; Stewart vd., 2011: 185). Elbette birey üzerinde içsel motivasyonu sağlayan kendi kendine liderliğin etki gücü daha fazla olacaktır, ancak örgütsel yaşamda her ikisi de örgütsel amaçlara ulaşmak için karşılıklı olarak birbirini pozitif yönde etkileyen güç olarak var olacaktır.

B. Yaşam Bağlılığı

Yaşam bağlılığı yaşamdan duyulan memnuniyet ile bağlantılı bir kavramdır. Yaşamın her alanında; iş ve sosyal yaşamda duyulan mutluluk, haz, doyum ve tatmin duyguları yaşam bağlılığına etki etmektedir. Genel olarak yaşadığı hayata karşı olumlu duygular hisseden birey yaşama sıkı sıkı tutunmakta ve daha fazlası için çaba göstermektedir. Olumsuz duygular hisseden birey ise yaşama bağlı olmadığını dış görünümüyle, tutum ve hareketleriyle göstermektedir. Yaşam bağlılığı üzerinde birçok faktörün etkisinin bulunduğu tahmin edilmekle birlikte literatürde dört temel faktörün etkisinden bahsedilmektedir. Bunlar iş ile ilgili faktörlerin yanında kişisel, çevresel ve toplumsal faktörler olarak sıralanmaktadır (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 8).

Örgütsel bağlılığı etkileyen iş ve iş ortamı koşullarının benzer biçimde yaşam bağlılığını da birinci sırada etkilediği görülmektedir (Vanaki ve Vagharseyyedin, 2009: 404). Iverson'a (1992: 20) göre yaşam bağlılığı üzerinde iş memnuniyetinin doğrudan bir rolü bulunmaktadır. İş memnuniyeti özerklik, ücret, terfi fırsatı, iş güvenliği, kariyer gelişimi, sosyal destek (denetim desteği, iş arkadaşı desteği, aile desteği ve arkadaş desteği), dağıtım adaleti, meşruiyet ve kaliteyi içermektedir. Ayrıca kariyer bağlılığı, karşılanan beklentiler ve olumlu duygular yaşama gibi değişkenler de iş memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye

sahip bulunmaktadır. Aksine işin rutinleşmesi, iş stresi (rol belirsizliği, rol çatışması, aşırı iş yükü ve kaynak yetersizliği) ve iş tehlikeleri ise iş memnuniyetini negatif olarak etkilemektedir. Yaşam memnuniyeti ile iş memnuniyeti arasında önemli ilişkiler bulunmaktadır. İş motivasyonu ve bağlılığı manevi bir kaynak olarak kişinin yaşamındaki anlam duygusunun ifadeleri olabilmektedir (De Klerk vd., 2006: 319). Dolayısıyla bireyin yaptığı iş ile yaşam bağlılığı arasında karşılıklı ilişkiler bulunmaktadır.

Kişilik özellikleri de yaşam memnuniyeti ile ilişkilidir, bireyin yaşamını algılaması ile yaşamının beklentilerini karşılaması oldukça önemlidir. Kişisel özellikler bakımından yaşamında dışı dönük olan sosyal bireyler hayatlarından daha fazla memnun iken, dünyayı kötü ve güvensiz bir yer olarak algılayanların hayatlarından daha az memnun oldukları görülmektedir (Zhang ve Howell, 2011: 1261). Çevresel faktörler özellikle hava koşulları bireylerin yaşama bağlılıkları üzerinde etkilidir ve bireysel yaşam memnuniyeti üzerinde çevresel değişkenlerin etkisini inceleyen birçok ülkede (makro düzeyde) büyük örneklem büyüklükleri ile yapılan çalışmalar mevcuttur (Rajani vd., 2019: 2). Bireylerin çevresel beklentilerinin karşılanamaması memnuniyetsizliğe sebep olmaktadır (Silva vd., 2012: 3). Çevresel memnuniyetsizliğin nedenleri çoğunlukla hava kirliliği, çevre kirliliği, trafik, çarpık yapılaşma, sağlıklı gıdaya ulaşamama, yeşil alanların yok olması gibi nedenlere dayanmaktadır. Yaşam bağlılığı verilerinin biri de toplumsal faktörlerdir. Bireylerin mevcut yaşam koşulları toplumsal yaşam biçimlerine dayanmaktadır. En basit örnekle kanunsuz bir toplumda yaşayan bir kişinin yaşam şansı zayıf olabilmektedir, çünkü toplumda güçsüz bir konumdadır. Bu durum kişide endişe, kızgınlık ve yalnızlık hissettirerek yaşama bağlılığını etkileyebilmektedir (Veenhoven, 1996: 13). Bununla birlikte içinde yaşanılan toplumun olanakları ile toplumsal eşitsizlikler de bireyin yaşam bağlılığına etki etmektedir.

Yaşama bağlılık olumlu sosyal ilişkiler, fiziksel ve zihinsel sağlık gibi pozitif yaşamsal sonuçlarla bağlantılıdır. Elbette ki yaşama bağlılığın insan yaşamına sayısız katkısı vardır. En önemlisi ise, insanların kendilerini daha iyi hissetmeleri neticesinde genel iyilik hallerinin artması ve bunun iş ve sosyal yaşamlarına olumlu bir şekilde yansımadır (Toker ve Kalıpcı, 2022: 79). Yaşam bağlılığı hayata ve yapılan işe bağlılığı sağlamakta ve anlamlı kılmaktadır (Alparslan vd., 2022: 24).

C. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde liderlik konusunda yapılan çalışmaların çoğunlukla liderlik yaklaşımları ve liderlik tarzları ile ilişkili (Karip, 1998; Çelik, 1998; Özalp ve Öcal 2000; Arıkan, 2001; Gunbayi, 2002; Dulewicz ve Higgs, 2005; Kesken ve Ayyıldız, 2008; Demir vd., 2010; Zembylas ve Iasonos 2010; Bakan ve Doğan, 2012; Giltinane, 2013; Sethuraman ve Suresh, 2014) olduğu görülmektedir. Son yıllarda, yönetim alanında personel güçlendirme, kendi kendini yöneten takımlar, yetki devri ve katılımcı yönetim anlayışının önem kazanmasıyla birlikte kendi kendine liderlik konusu popüler hale gelmiştir (Doğan ve Şahin, 2008b: 77).

Neck ve Houghton (2006) iş tatmini, bağlılık, yenilik/yaratıcılık, bağımsızlık, psikolojik güçlendirme, güven, öz-yeterlik, olumlu etki ve takım gücü gibi bazı değişkenleri kendi kendine liderliğin potansiyel sonuçları olarak görmekte ve bu değişkenler ile kendi kendine liderlik arasındaki ilişkiyi ele alan ampirik çalışmaların hayati önem taşıdığını ileri sürmektedirler (Aktaran: Sesen vd., 2017: 946).

Günümüz teknolojik gelişmelerinin bireylerin istedikleri bilgiye anında ulaşmalarını, amaçlarını belirleyerek bu amaçlar doğrultusunda harekete geçebilmelerini kolaylaştırdığı bir gerçektir. Bireyler artık hedef belirleyip, amaçlarına ulaşmak için izlemeleri gereken yolları kolaylıkla araştırıp takip edebilecek durumdadırlar. Dolayısıyla yaşamsal stratejileri belirlemek ve uymak bireysel kararlara bağlıdır. Bununla birlikte kendi kendine liderlik tutum ve davranışı yüksek düzeyde özerklik ihtiyacına sahip olan bireylerde daha fazla gözlenmektedir (Uğurluoğlu, 2010: 186). Özerlik ve öz yeterlik insanların temel psikolojik ihtiyaçları içerisinde yer almaktadır (Sarı vd., 2011: 150) ve örgütsel yaşamda da kendi kendine liderlik ile öz yeterlilik davranışları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır (Duran, 2022: 108). Özerklik duygusu ise, örgütlerde liderler ile kendi kendine liderlik edenler arasında etkili olmaktadır. Liderlerin etkileri özerklik ihtiyacı yüksek olan bireylerde kendi kendine liderliği negatif olarak etkileyebilmektedir (Yun vd., 2006: 381).

Kendi kendine liderlik ile davranışsal sonuçlar ve performans arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır (Neck ve Houghton, 2006). Kamu ve özel kurum yöneticileri karşılaştırıldığında, özel kurum yöneticilerinin kendi kendine liderlik davranışlarını daha yüksek seviyede uyguladıkları görülmektedir (Tengilimoğlu, 2005; Çelik ve Polat, 2017). Yapılan birçok çalışmada kendi kendine liderlik ile geleneksel liderliğin benimsendiği grupların karşılaştırılmasında kendi kendine liderliğin benimsendiği grupların daha verimli oldukları görülmüştür (Elmuti ve Kathawala, 1997; Stewart ve Barrick, 2000; Fredendall ve Emery, 2003). Bireylerin öğrenim durumları ve cinsiyetleri bakımından kendi kendine liderlik yaklaşımları arasında bir fark bulunmamakla (Orhan, 2012: 105) birlikte kadınların kendi kendine liderlik becerilerini kullanma olasılıklarının erkeklerden daha yüksek (Norris, 2008: 43) olduğu ileri sürülmektedir. Kendi kendine liderlik bireysel görev yeterliliği ve ekip üyesi yeterliliği ile olumlu bir şekilde ilişkilidir. Ayrıca kişisel liderlik ile hem bireysel göreve hem de takıma yönelik uyum ve proaktivite arasında pozitif ilişkiler bulunmaktadır. Dolayısıyla kendi kendine liderlik ile iş performansı arasında olumlu ilişkiler bulunmaktadır (Hauschildt ve Konradt, 2012: 511). Kendi kendine liderlik kavramı ile iş tatmini arasında ise orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır (Kutaniş, 2018: 110). Kendi kendine liderliğin çalışanların örgütsel yaşamlarında daha fazla maneviyat geliştirmelerine yardımcı olacağı bir gerçektir. Örneğin, işini hayatından zevk almasının önünde bir engel olarak değil, bir insan olarak amaçlarına ulaşmak için bir fırsat olarak gören çalışanın, işinde maneviyat algılaması daha fazla olacaktır (Neck ve Milliman, 1994: 14). Örgütsel yaşamda kendi kendine liderlik davranışı ile yapılan az sayıda çalışmada

yaşam bağlılığı değişkeni ile ilişkilendirilen ayrıca bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bireyin yaşam bağlılığını güçlendiren tutum ve davranışlar kişisel amaçlarına ulaşmasını kolaylaştıran iyimserlik, öz-yeterlik ve dayanıklılık gibi faktörler ile karşılıklı ilişki içindedir (Uğur ve Akın, 2015: 426). Yaşam bağlılığı bireylerin amaçlarından beslenmektedir. Kendi kendine liderlik davranışları bu amaçlara ulaşma yolundaki motivasyonu artıracaktır. Kendini gerçekleştiren insan ise zaten kendi kendinin lideridir (Kansu ve Sayar, 2018: 87) düşüncesinden hareketle bu çalışmada kendi kendine liderliğin yaşam bağlılığı üzerindeki etkisi araştırılarak literatüre katkı sağlanması umulmaktadır.

II. YÖNTEM

A. Araştırmanın Amacı

21. yüzyılda liderlik yaklaşımları üzerine yapılan çalışmalar devam ederken, değişen dünyada ve örgütsel yaşamda amaçlara ulaşabilmek için liderlere duyulan gereksinim artarak devam etmektedir. Günümüzde iş yapma usulleri ve çalışan portföyü oldukça değişime uğramıştır. İş yapma usulleri de teknolojiden etkilenmiş, bağımsız olarak tek başına ya da az sayıda çalışanla başarılı işler yapılmaya başlanmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte liderler ile izleyicileri arasındaki etkileşim biçimi de farklılaşmıştır. İş yaşamında liderlerin izleyicilerini belirlenen hedefler doğrultusunda başarıya ulaştırabilmeleri için onları çok iyi tanımaları gerekmektedir. Kişiyi en iyi tanıyanın yine kendisi olacağından hareketle kendi kendine liderliğin motivasyonu arttırarak kişiyi başarıya götüreceği, bu başarının ise iş yaşamındaki mutluluğu sağlayarak yaşam bağlılığına olumlu anlamda etki edeceği düşünülmektedir. Bu çalışmada iş yaşamında motivasyonun sağlanmasında oldukça önemli olan kendi kendine liderliğin yaşam bağlılığına olan etkisi ölçülmek istenmiştir. Bu sayede bireyin başka bir lidere ihtiyaç duymadan da iş yaşamında başarı sağlayacağı, bu durumun da yaşama olan bağlılığını arttıracığı hipotezi test edilmek istenmektedir.

B. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Samsun Ticaret ve Sanayi Odası üyeleri oluşturmaktadır. Kendi kendine liderliğin en fazla kendi işini yapanlarda görülebileceği düşüncesinden hareketle, kendi işini yapan kişilerin üye oldukları ticaret odası üyelerinden oluşan gruba çevrimiçi ortamda hazırlanan anketler gönderilmiştir. Samsun Ticaret ve Sanayi Odasına (TSO) kayıtlı 7500 üye bulunmakla birlikte, aktif olarak e-posta kullanan yaklaşık 3000 üyenin e-posta adreslerine çevrimiçi ortamda hazırlanan anket formları gönderilmiştir. E-postalara gönderilen anketleri dolduran 230 anket verisi değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Çevrimiçi anket formunun toplam 15 ifadeden oluştuğu göz önünde bulundurulduğunda, araştırma için örneklem büyüklüğünün Stevens'in (1996: 72) bağımsız değişken başına on beş (15) denek ile Tabachnick ve Fidell'in (2007: 123) $N > 50 + 8M$ ($M =$ bağımsız değişken sayısı) şeklinde belirtmiş oldukları (minimum örneklem büyüklüğü) kriterlerini sağladığı söylenebilmektedir.

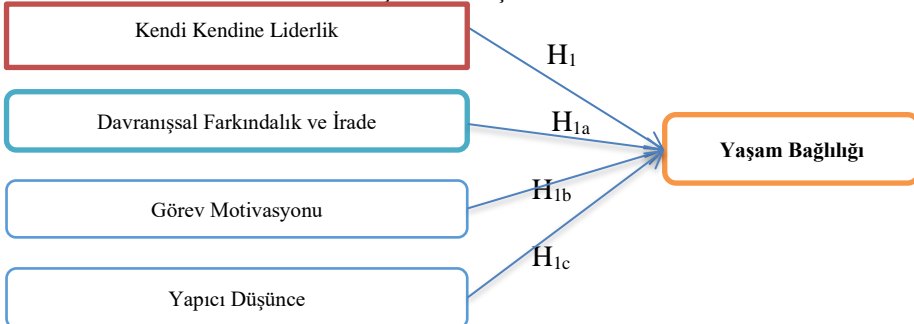
C. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmaya ilişkin veriler nicel araştırmalarda sıklıkla kullanılan anket yöntemi ile elde edilmiştir. Birinci elden yani birinci kaynaktan bilgi toplama yöntemlerinden olan anket yöntemi, sosyal bilimlerde en çok tercih edilen veri toplama yöntemidir (Odabaşı, 1999: 81-89). Çalışma için hazırlanan anket toplamda 3 bölümden oluşmaktadır. Ankette ilk bölümde demografik özelliklere ilişkin verilerin toplanmasına yönelik sorular yer almakta, ikinci ve üçüncü bölümlerde ise kullanılan ölçeklere ilişkin soru maddeleri yer almaktadır. “Kendi Kendine Liderlik Ölçeği Kısa Formu” hazırlanan anketin ikinci bölümünü oluşturmaktadır. “Kendi Kendine Liderlik Ölçeği Kısa Formu” Houghton ve Neck (2002) tarafından geliştirilmiş olup, Doğan ve Şahin (2008a) tarafından yapılan çalışma ile Türkçe’ye geçirilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında yapılan keşfedici faktör analizi, ölçeğin toplam varyansın % 68’ini açıklayan 9 faktörlü bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca ölçeğin faktör yapısının özgün formla tutarlılık gösterdiği, alt ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının ,640 değerinden ,870 değerine kadar değiştiği sonucu görülmüştür. Ölçeğin üç alt boyutu bulunmaktadır; 1, 4 ve 7. maddeler “Davranışsal Farkındalık ve İrade” boyutunu; 2, 5 ve 8. maddeler “Görev Motivasyonu” boyutunu; 3, 6 ve 9. maddeler “Yapıcı Düşünce” boyutunu ölçmektedir. Anket toplamda 9 maddeden oluşmakta olup, ters maddeleri bulunmamaktadır. Anketin son bölümünde katılımcıların yaşam bağlılıklarını ölçmek üzere Scheier vd., (2006) tarafından geliştirilen, Türkçeye uyarlaması Uğur ve Akın (2015) tarafından yapılan “Yaşam Bağlılığı Ölçeği” kullanılmıştır. “Yaşam Bağlılığı Ölçeği” 6 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması doğrulayıcı faktör analizi ile yapılmış; faktör yükleri ,220 ile ,820 arasında, düzeltilmiş madde toplam korelasyon katsayıları ise ,220 ile ,600 arasında sıralanmıştır. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alfa iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı ,740 olarak bulunmuştur. Ölçekte yer alan 1, 3 ve 5. maddeler ters kodlanmıştır. Her iki ölçek yanıtları için 1 ile 5 arasında sıralanan 5’li Likert ölçeği (1: Kesinlikle Katılmam, 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

D. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Literatürde yer alan bilgiler çerçevesinde değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için aşağıda gösterilen araştırma modeli geliştirilmiştir. Şekil 1’de geliştirilen araştırma modeli yer almaktadır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Şekil 1’de verilen araştırma modeli kapsamında ortaya atılan hipotezler şunlardır:

H₁: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkisi vardır.

H_{1a}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının davranışsal farkındalık ve irade boyutunun yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkisi vardır.

H_{1b}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının görev motivasyonu boyutunun yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkisi vardır.

H_{1c}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının yapıcı düşünce boyutunun yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkisi vardır.

H₂: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yüksektir.

H₃: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri yüksektir.

H₄: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H_{4a}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{4b}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{4c}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

H_{4d}: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri mesleki kademelerine göre farklılık göstermektedir.

H₅: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H_{5a}: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{5b}: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{5c}: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

H_{5d}: TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri mesleki kademelerine göre farklılık göstermektedir.

III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRMESİ

A. Demografik Özellikler ve Betimleyici İstatistikler

Araştırmanın örneklemini oluşturan Ticaret ve Sanayi Odası’nın anket çalışmasına katılan üyelerine ait demografik ve araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler aşağıda tablolar halinde gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	91	39,6
	Erkek	139	60,4
Yaş	19-29	30	13,0
	30-39	71	30,9
	40-49	94	40,9
	50-59	22	9,6
	60 yaş ve üzeri	13	5,7
Eğitim Durumu	İlköğretim	6	2,6
	Lise	35	15,2
	Önlisans	47	20,4
	Lisans	114	49,6
	Lisansüstü	28	12,2
Mesleki Kıdem	1-5 yıl	31	13,5
	6-10 yıl	24	10,4
	11-15 yıl	60	26,1
	16-20 yıl	22	9,6
	21 yıl ve üzeri	93	40,4
Toplam		230	100

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde % 60,4'ünün erkek ve % 39,6'sının kadın çalışanlardan oluştuğu; % 13'ünün 19-29, % 30,9'unun 30-39, % 40,9'unun 40-49, % 9,6'sının 50-59 ve % 5,7'sinin ise 60 yaş ve üzeri yaş grubuna girdiği görülmektedir. Eğitim seviyesine ait demografik değişken incelendiğinde Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin % 2,6'sının ilköğretim, % 15,2'sinin lise, % 20,4'ünün Ön lisans mezunu olduğu, lisans mezunu olanların oranının % 49,6 ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip olanların oranının ise % 12,2 olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan üyelerin % 13,5'inin 1-5, % 10,4'ünün 6-10, % 26,1'inin 11-15, % 9,6'sının 16-20 ve % 40,4'ünün ise 21 yıl ve üzeri mesleki kıdeme sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 2'de Kendi Kendine Liderlik Ölçeği'nin ortalama ve standart sapma değerleri gösterilmektedir. Bu bağlamda “*Kendim için belirlediğim hedeflere yönelik çalışırım*” sorusu 3,72 ortalama ile en düşük ve “*Bir işi yapmadan önce, o işi başarılı bir şekilde yerine getirdiğimi gözümde canlandırırım*” sorusu 4,44 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip ifade olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtların büyük bir bölümünün “katılım” seçeneğinde toplandığı ve ölçeğe verilen yanıtların ortalamasının 4,14 olduğu görülmektedir. Bu bulgu doğrultusunda “ H_2 : TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yüksektir” hipotezinin kabul edildiğinin ileri sürülmesi mümkündür.

Tablo 2. Kendi Kendine Liderlik Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Sorular	Ort.	S.S.	Kesinlikle Katılmam		Katılmam		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Kendi performansım için belirgin hedefler oluştururum	4,36	,48							146	63,5	84	36,5
İşimde ne kadar iyi olduğumu izlemek benim için önemlidir	4,25	,76			6	2,6	8	3,5	93	40,4	123	53,5
<i>Kendim için belirlediğim hedeflere yönelik çalışırım</i>	3,72	1,16			6	2,6	12	5,2	124	53,9	88	38,3
<i>Bir işi yapmadan önce, o işi başarılı bir şekilde yerine getirdiğimi gözümde canlandırırım</i>	4,44	,68			10	4,3	15	6,5	111	48,3	94	40,9
Gerçekte (fiilen) bir işi yapmadan önce, kafamda, başarılı olduğumu arada sırada canlandırırım	3,99	,75			16	7,0	19	8,3	146	63,5	49	21,3
Bir işi başarıyla tamamladığım zaman, kendimi hoşlandığım bir şeyle sık sık ödüllendiririm	4,24	,57			26	11,3	45	19,6	83	36,1	76	33,0
Sıkıntılı durumlara karşılaştığımda, yardımcı olur diye, bazen kendi kendimle (yüksek sesle veya sessizce) konuşurum	4,27	,68	12	5,2	35	15,2	19	8,3	103	44,8	61	26,5
Bir sorun yaşadığımda, o durum hakkındaki düşüncelerimin doğruluğunu değerlendiririm	3,91	,98					17	7,4	140	60,9	73	31,7
Ne zaman sıkıntılı bir durum yaşasam, kendi düşünce ve varsayımlarım hakkında düşünürüm	4,07	,61					36	15,7	142	61,7	52	22,6

Tablo 3’de Yaşam Bağlılığı Ölçeğine ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. “*Yaptıklarına çok değer veririm*” ifadesinin 4,09 ile en yüksek ve “*Yaptıklarımın çoğu bana değersiz ve önemsiz görünür*” ifadesinin ise 1,68 ile en düşük ortalamaya sahip ifade olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Yaşam Bağlılığı Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Sorular	Ort.	S.S.	Kesinlikle Katılmam		Katılmam		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
			f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Yaşamımda çok fazla amacım yok	1,81	,98	108	47,0	79	34,3	27	11,7	10	4,3	6	2,6
Bana göre yaptıklarımın tamamı değerlidir	4,08	,78			10	4,3	31	13,5	118	51,3	71	30,9
Yaptıklarımın çoğu bana değersiz ve önemsiz görünür	1,68	,71	96	41,7	123	53,5			11	4,8		
Yaptıklarımın çok değer veririm	4,09	,75			16	7,0	7	3,0	147	63,9	60	26,1
Yaptığım şeylere çok fazla önem vermem	1,69	,73	102	44,3	104	45,2	18	7,8	6	2,6		
Yaşamak için birçok nedenim vardır	4,52	,60					12	5,2	86	37,4	132	57,4

B. Güvenirlilik Analizi

Araştırmada kullanılan bağımlı değişken olan Yaşam Bağlılığı ve bağımsız değişken olan Kendi Kendine Liderlik Ölçeklerinin güvenilirlik analizleri yapılmış, güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa katsayıları tercih edilmiştir.

Tablo 4. Ölçeklere Ait Güvenirlilik Analizi Bulguları

Değişkenler	Soru Sayısı	Cronbach Alfa Katsayıları (α)
Kendi Kendine Liderlik Ölçeği (KKLÖ)	9	,774
Yaşam Bağlılığı Ölçeği (YBÖ)	6	,789

Tablo incelendiğinde Kendi Kendine Liderlik Ölçeği'nin alfa katsayısının ,774 ve Yaşam Bağlılığı Ölçeği'nin alfa katsayısının ,789 olması ölçeklerin çalışma için güvenilir olduğunu göstermektedir.

C. Geçerlilik Analizi

Ölçeklerin faktör analizi yapmak için uygun olup olmadıklarını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett Küresellik Testleri kullanılmıştır. Tablo 5'de görüldüğü üzere Kendi Kendine Liderlik Ölçeği'nin KMO örneklem yeterliliği katsayısı diğer bir ifadeyle örneklem yeterliliği için sınır değer ,719 olarak bulunmuş ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için uygun olduğu görülmüştür. Ayrıca Bartlett Küresellik testi sonuçları, ki kare değerinin de kabul edilebilir bir seviyede olduğunu göstermiştir ($\chi^2= 591,888$; Sig.= ,000 ve $p<,001$). Bu sonuç araştırmanın örnekleminin büyüklüğünün faktör analizini yapabilmek için yeterli olduğunu ve kullanılan ölçme aracının da faktör çıkarmak için uygun olduğunu göstermektedir. Söz konusu ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre ifadeler orijinal ölçekle uyumlu bir şekilde üç boyut altında toplanmıştır. Diğer bir ifadeyle kendi kendine liderlik; davranışsal farkındalık ve irade, görev motivasyonu ve yapıcı düşünce şeklinde üç boyuta (faktöre) dağılmıştır. Söz konusu boyutların açıklanan varyansları sırasıyla % 36,4; % 17,7 ve % 11,2

olarak belirlenmiştir. Ölçekteki ifadeler toplam varyansın % 65,4'ünü açıklamaktadır. Ölçekte yer alan 9 ifadenin faktör yükleri ,508 ile ,730 arasında değişmektedir.

Tablo 5. Kendi Kendine Liderlik Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonucu

Maddeler	Faktörler	F1	F2	F3
Kendi performansım için belirgin hedefler oluştururum		,508		
İşimde ne kadar iyi olduğumu izlemek benim için önemlidir		,569		
Kendim için belirlediğim hedeflere yönelik çalışırım		,593		
Bir işi yapmadan önce, o işi başarılı bir şekilde yerine getirdiğimi gözümde canlandırırım			,724	
Gerçekte (filen) bir işi yapmadan önce, kafamda, başarılı olduğumu arada sırada canlandırırım			,723	
Bir işi başarıyla tamamladığım zaman, kendimi hoşlandığım bir şeyle sık sık ödüllendiririm			,646	
Sıkıntılı durumlara karşılaştığımda, yardımcı olur diye, bazen kendi kendimle (yüksek sesle veya sessizce) konuşurum				,730
Bir sorun yaşadığımda, o durum hakkındaki düşüncelerimin doğruluğunu değerlendiririm				,568
Ne zaman sıkıntılı bir durum yaşasam, kendi düşünce ve varsayımlarım hakkında düşünürüm				,595
Öz değeri		3,281	1,597	1,098
Açıklanan Varyans (%)		36,461	17,748	11,204
Toplam Açıklanan Varyans (%)		65,413		
Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı		,719		
Bartlett Küresellik Testi		Ki-kare: 591,888; sd.: 36; p<0,001		

Yaşam Bağlılığı Ölçeği için yapılmış olan Kaiser-Meyer-Olkin ile Bartlett Küresellik Testleri sonucunda ölçeğe ilişkin KMO örneklem yeterliliği katsayısı ,787 ve Bartlett Küresellik Testi sonuçlarının ise $\chi^2= 1495,523$; Sig.= ,000, $p<,001$ olduğu görülmektedir. Bu kapsamda örneklem büyüklüğü faktör analizi yapmak için yeterli olup, ölçme aracı da faktör çıkarmaya uygundur.

Tablo 6. Yaşam Bağlılığı Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonucu

Maddeler	Faktör	F1
Yaşamımda çok fazla amacım yok		,541
Bana göre yaptıklarımın tamamı değerlidir		,703
Yaptıklarımın çoğu bana değersiz ve önemsiz görünür		,762
Yaptıklarımın çok değer veririm		,778
Yaptığım şeylere çok fazla önem vermem		,825
Yaşamak için birçok nedenim vardır		,764
Öz değeri		3,140
Toplam Açıklanan Varyans (%)		52,232
Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı		,787
Bartlett Küresellik Testi		Ki-kare: 480,935; sd.: 15; p<0,001

Yaşam Bağlılığı Ölçeği'nin faktör analizi sonucuna göre ölçekte yer alan altı ifade orijinal ölçekte olduğu gibi tek boyut altında toplanmıştır. Ölçekte yer alan 6 ifade toplam varyansın % 52,2'sini açıklamaktadır ve ifadelerin tamamının faktör yükleri ,500'ün üzerindedir.

D. Normallik Testi ve Fark Analizleri

Araştırmada kullanılan veri setinin normal dağılım aralığında olup olmadığını belirlemek için normallik testi yapılmış ve değişkenlerin çarpıklık ve de basıklık değerleri hesaplanmıştır. Alan yazında basıklık (Kurtosis) ve de

çarpıklık (Skewness) değerlerinin +1.5 ile -1.5 aralığında olması (Tabachnick ve Fidell, 2013) verilerin normal dağılım gösterdiğinin kabul edilebilmesi için yeterli görülmektedir.

Tablo 7. Ölçeklerin Normallik Testi

		İstatistik	Std. Hata
KKL	Skewness	-,505	,160
	Kurtosis	,578	,320
YB	Skewness	-,881	,160
	Kurtosis	1,289	,320

Tablo 7’de görüldüğü üzere çalışmada kullanılan her iki ölçeğe ait verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri alan yazına uygun aralıkta yer aldığından, verilerin normal dağılım gösterdiği sonucu doğrultusunda parametrik testler kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırma değişkenlerinin demografik özellikler açısından farklılıklarını belirlemek amacıyla yapılan fark analizleri kapsamında iki bağımsız grubun karşılaştırmaları için bağımsız örneklem t testi kullanılmış, ikiden fazla bağımsız grubun karşılaştırmalarında ise Anova testi kullanılmıştır.

Tablo 8. Kendi Kendine Liderlik ve Yaşam Bağlılığı Ölçeklerinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Karşılaştırılması

Ölçek	Cinsiyet	Sayı	Ort.	Std. Sapma	t	p
KKL	Kadın	91	4,2540	,37306	11,763	,001
	Erkek	139	4,0695	,49821		
YB	Kadın	91	4,1685	,53662	8,766	,003
	Erkek	139	4,3094	,52917		

Katılımcı Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının ve yaşam bağlılıklarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek üzere yapılan bağımsız örneklem t-testinin bulguları Tablo 8’de gösterilmektedir. Cinsiyet açısından karşılaştırıldığında kendi kendine liderlik davranışları anlamlı düzeyde bir farklılık ($p < ,005$) göstermektedir. Bu farklılığın kadınlar lehine olduğu ($4,25 > 4,06$) görülmektedir. Dolayısıyla “ H_{0a} : TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir” hipotezinin kabul edildiği bulgusuna ulaşılmaktadır. Her ne kadar literatürde yer alan araştırmalar kendi kendine liderliğin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark meydana getirmediğine (Kazan, 1999; Orhan, 2012; Kutanis, 2018) dair bulgular içermekle birlikte Uğurluoğlu (2010: 184, 186) tarafından Ankara’daki bir özel hastanede görev yapan 145 tıbbi ve idari çalışan üzerinde yapılan bir araştırmada kadın çalışanların kendi kendine liderlik stratejilerinden yapıcı düşünme modelini kullanma olasılıklarının erkek çalışanlara göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da muhtemelen kadın çalışanların yönetim basamaklarında daha az yer bulabilmeleri nedeniyle potansiyellerini açığa çıkarma isteklerinin, kendilerini ispat etme dürtülerinin ve öz motivasyon değerlerinin yüksek olmasının onlarda kendi kendine liderlik davranış düzeylerinin erkek çalışanlara göre daha yüksek çıkmasına yol açtığı düşünülmektedir. Cinsiyet açısından katılımcıların yaşam bağlılıkları incelendiğinde ise ($p < ,005$) yine anlamlı bir farklılık belirlenmiş ve söz konusu farklılığın bu sefer erkek katılımcılar ($4,30 > 4,16$) lehine olduğu bulgulanmıştır.

Bu bağlamda “ H_{5a} : TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir” hipotezinin de kabul edildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 9. Kendi Kendine Liderlik ve Yaşam Bağlılığı Ölçeklerinin Yaş, Eğitim Seviyesi ve Mesleki Kıdem Değişkeni Açısından Karşılaştırılması

Yaş		Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	p
KKL	Gruplar Arasında	9,271	4	2,318	13,244	,000
	Grup İçi	39,378	225	,175		
	Toplam	48,650	229			
YB	Gruplar Arasında	13,113	4	3,278	14,039	,000
	Grup İçi	52,537	225	,233		
	Toplam	65,650	229			
Eğitim Seviyesi		Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	p
KKL	Gruplar Arasında	,667	4	,167	,782	,538
	Grup İçi	47,983	225	,213		
	Toplam	48,650	229			
YB	Gruplar Arasında	3,677	4	,919	3,338	,011
	Grup İçi	61,973	225	,275		
	Toplam	65,650	229			
Mesleki Kıdem		Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	p
KKL	Gruplar Arasında	3,462	4	,865	4,309	,002
	Grup İçi	45,188	225	,201		
	Toplam	48,650	229			
YB	Gruplar Arasında	2,544	4	,636	2,268	,063
	Grup İçi	63,105	225	,280		
	Toplam	65,650	229			

Katılımcıların kendi kendine liderlik davranışları ve yaşam bağlılığı ölçek puanlarının yaşlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılan Anova analizi sonuçları, her iki değişkenin de anlamlı düzeyde farklılık gösterdiğini ($p < 0,05$) ortaya koymuştur. Dolayısıyla “ H_{4b} : TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir” ve “ H_{5b} : TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezleri de kabul edilmiştir. Kendi kendine liderlik davranışlarındaki farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığını belirlemek için yapılan Tukey Testi sonuçlarına göre kendi kendine liderlik davranışları 19-29 yaş grubu ile 60 yaş ve üzeri gruptan ve 30-39 yaş grubu ile 40-49, 50-59 ve 60 yaş ve üzeri gruptan kaynaklanmaktadır. Buna karşın yaşam bağlılığındaki farklılık 19-29 yaş grubu ile 40-49 ve 60 yaş ve üzeri grubu ile 30-39 yaş grubu ile 40-49 ve 60 yaş ve üzeri gruptan kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

Kendi kendine liderlik ve yaşam bağlılığının katılımcıların eğitim seviyeleri açısından anlamlı bir farklılık gösterdiğini ya da göstermediğini sınamak amacıyla yapılmış olan Anova analizinin sonuçlarında kendi kendine liderlik davranışlarının anlamlı bir farklılık göstermediği ($p > 0,05$), buna karşın yaşam bağlılığının anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. ($p < 0,05$). Dolayısıyla “ H_{4c} : TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir” hipotezinin red; “ H_{5c} : TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir” hipotezinin ise kabul edildiği görülmektedir. Tukey testi yaşam bağlılığındaki bu farkın ilköğretim ile diğer eğitim seviyeleri arasındaki farktan kaynaklandığını göstermektedir.

Mesleki kıdem ise katılımcıların kendi kendine liderlik davranışlarını farklılaştırırken, yaşam bağlılık düzeyleri üzerinde bir farklılık meydana getirmemektedir. Kendi kendine liderlik davranışlarındaki farklılık ise 11-15 yıl kıdeme sahip katılımcılar ile 21 yıl ve üzeri kıdeme sahip katılımcılardan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda “ H_{4d} : TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri mesleki kıdemlerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilirken “ H_{5d} : TSO üyelerinin yaşam bağlılık düzeyleri mesleki kıdemlerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi ise reddedilmiştir. Fark analizleri kapsamında elde edilen bulgular Tablo 10’da özet olarak sunulmuştur.

Tablo 10. Fark Analizleri Özet Tablosu

Faktörler	Kendi Kendine Liderlik	Yaşam Bağlılığı
Cinsiyet	Kabul	Kabul
Yaş	Kabul	Kabul
Eğitim Seviyesi	Red	Kabul
Mesleki Kıdem	Kabul	Red

Fark analizleri kapsamında geliştirilen toplam 8 alt hipotezin 6’sı kabul, 2’si ise red edilmiştir.

E. Korelasyon Analizi

Katılımcı Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin kendi kendine liderlik davranışları ile yaşam bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkilerinin yönünü ve şiddetini tespit etmek, aynı zamanda değişkenler arasındaki çoklu doğrusal bağlantı sorununun varlığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizinin sonuçları Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11. Değişkenlere Ait Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4	5
(1) Kendi Kendine Liderlik (KKL)	1				
(2) Davranışsal Farkındalık ve İrade (DFVİ)	,787**	1			
(3) Görev Motivasyonu (GM)	,867**	,568**	1		
(4) Yapıcı Düşünce (YD)	,832**	,535**	,517**	1	
(5) Yaşam Bağlılığı (YB)	,184**	,324**	,154*	,042	1

** Korelasyon ,001 düzeyinde anlamlıdır. * Korelasyon ,005 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizi için kendi kendine liderlik ve alt boyutları ile yaşam bağlılığına ait ölçeklerin Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Söz konusu değişkenler arasında orta ve yüksek seviyede, pozitif ve anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. En güçlü ilişki kendi kendine liderlik ile görev motivasyonu arasında pozitif ve ,867 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,001$). Kendi kendine liderlik ile yaşam bağlılığı arasında ise ,184 düzeyinde ($p < ,005$) pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bütün değişkenler için hesaplanan tolerans değerlerinin 0,10’un altında ve VIF değerlerinin 10’un üzerinde olmaması çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığını göstermektedir (Pallant, 2005: 36).

F. Regresyon Analizi

Çalışmada kendi kendine liderliğin yaşam bağlılığı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla iki ayrı regresyon modeli kurulmuştur. Birinci modelde kendi kendine liderliğin alt boyutlarının yaşam bağlılığı üzerindeki etkileri test edilmiştir.

Tablo 12. Kendi Kendine Liderlik Davranışları Alt Boyutlarının Yaşam Bağlılığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Regresyon Analizi Sonucu

Model-1	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlanmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Bağımsız Değişkenler					
Sabit Katsayı (Constant)	2,379	,376		6,320	,000
DFVİ	,575	,111	,417	5,199	,000
GM	,012	,063	,015	,183	,855
YD	-,170	,069	-,189	-2,449	,015
R				,360	
R ²				,130	
F				11,219	
Bağımlı Değişken: Yaşam Bağlılığı (YB)					

Birinci model incelendiğinde F değerinin 11,219 olması oluşturulan modelin anlamlı olduğuna işaret etmektedir. Modelin R değeri ,360 ve R² değeri ise ,130 olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda modeldeki bağımsız değişkenler olan kendi kendine liderlik alt boyutlarının bağımlı değişken olan yaşam bağlılığının % 13'ünü yordadığı görülmektedir.

Modeldeki bağımsız değişkenlerden davranışsal farkındalık ve irade (t: 5,199 ve sig.: ,000) yaşam bağlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif bir şekilde etkide bulunmaktadır. Benzer bir şekilde kendi kendine liderliğin yapıcı düşünce alt boyutu (t: -2,449 ve sig.: ,015) da bağımlı değişken olan yaşam bağlılığını anlamlı ancak negatif bir şekilde etkilemektedir. Modelin bir diğer bağımsız değişkeni olan görev motivasyonunun yaşam bağlılığı üzerinde herhangi bir etkide bulunmadığı görülmektedir. Bu bağlamda H_{1a} ve H_{1c} hipotezlerinin kabul, H_{1b} hipotezinin ise reddedildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 13. Kendi Kendine Liderlik Davranışlarının Yaşam Bağlılığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Regresyon Analizi Sonucu

Model-1	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlanmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Bağımsız Değişken					
Sabit Katsayı (Constant)	3,370	,315		10,693	,000
KKL	,213	,076	,184	2,819	,005
R				,184	
R ²				,034	
F				7,947	
Bağımlı Değişken: Yaşam Bağlılığı (YB)					

Kurulan ikinci regresyon modelinde ise genel olarak diğer bir ifadeyle bir bütün olarak kendi kendine liderliğin yaşam bağlılığı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Kurulan modelin F değeri 7,947; R değeri ,184 ve R² değeri ise ,034'tür. Bağımsız değişken olan kendi kendine liderliğin (t: 2,819 ve sig.: ,005) bağımlı değişken olan yaşam bağlılığını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda "H₁: TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranışlarının yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkisi vardır" hipotezinin kabul edildiğini ileri sürmek mümkündür.

SONUÇ

Günümüz iş dünyasında kendi kendine liderlik bireyin yaptığı işe karşı motivasyon sağlamasında oldukça önemli bir yere sahiptir. Literatürde liderlik ile yapılmış birçok çalışmada liderlerin bireyler üzerindeki etki gücü üzerinde

durulmuştur. Bu etkiyi sağlayan faktörler bireyin iç dünyasında kendisi tarafından oluşturulduğunda, amaca ulaşma konusunda daha başarılı olunacaktır. Bu nedenle kendi kendine liderlik günümüz modern örgütlerinde istenilen bir insan kaynakları stratejisidir.

Kendi kendine liderlik iş yaşamında çalışanlara çeşitli yararlar sağlamanın (Uğurluoğlu, 2010; Arlı, 2011; Özsoy, 2012; Kutanis, 2018) yanı sıra gündelik yaşamı da olumlu yönde etkilemektedir (Pinar ve Aşkun, 2022: 114). Motivasyonel bileşenler bireyleri yaşama bağlı kılmaktadır (Kansu ve Sayar, 2018: 86). Kendi kendine liderlik kavramı motivasyon faktörüyle yakinen ilgili olduğundan bireylerde bir yaşam dinamizmi oluşturmaktadır. Bu çalışmada kendi kendine liderlik değişkeninin yaşam bağlılığına olan etkisi ve bu etkinin gücü ölçülmek istenmiştir. Orta Karadeniz bölgesinde yer alan bir ildeki Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinden oluşan bir örneklem grubu üzerinde yürütülen araştırma sonucunda; üyelerin kendi kendine liderlik davranışlarının yaşam bağlılıkları üzerinde pozitif ve anlamlı (t: 2,819 ve sig.: ,005) düzeyde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yüksek olarak bulgulanmıştır. Araştırmada TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeylerinin cinsiyetlerine göre Norris'in (2008) çalışmasına benzer biçimde kadınlar lehine (4,25>4,06) farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Uğurluoğlu (2010) ve Bozkurt'un (2022) çalışmalarında da kadınların kendi kendine liderlik algıları erkeklerden daha yüksek çıkmıştır. Yaşam bağlılık düzeylerinin ise Tazegül'ün (2018) çalışmasının tersine erkekler lehine (4,30>4,16) farklılık gösterdiği görülmüştür. Bununla birlikte literatürle uyumlu bir biçimde (Kazan, 1999; Uğurluoğlu, 2010; Arlı, 2011; Yavuz ve Ayan, 2019) TSO üyelerinin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri yaşlarına ve mesleki kıdemlerine göre farklılıklar göstermiştir. Üyelerin kendi kendine liderlik davranış düzeyleri eğitim seviyelerine göre farklılık göstermezken, yaşam bağlılık düzeyleri ise eğitim seviyelerine ve yaşa göre farklılıklar göstermiş, mesleki kıdeme göre bir farklılık göstermemiştir.

Kendi kendine liderlik tutum ve davranışlarının yaşam bağlılığı üzerindeki pozitif etkisi hem iş yaşamı hem de sosyal yaşam açısından oldukça önemli bir değere sahiptir. Yaşam bağlılığı yüksek olan insan işinde ve genel olarak yaşamında verimli olmakta, olumlu tutum ve davranışlar sergilemektedir. Bu açıdan organizasyonlarda yürütülen insan kaynakları stratejilerinde kendi kendine liderlik düşünce ve davranışlarını oluşturmak ve harekete geçirmek için çalışmalar yapılmalıdır. Bunun için önce çalışanları çok iyi tanımak, ne istediklerini bilmek ve çalışanların bireysel amaçları ile örgütsel amaçlarını bağdaştıracak bir biçimde hedefler belirlemek ve bu hedeflerin gerçekleşmesi açısından onlara yardımcı olmak gerekmektedir. Bu sayede çalışanların kendi kendine liderliklerinin ön planda olduğu örgütlerin rekabette daha başarılı olacaklarına şahit olunacaktır. Bu bağlamda kendi kendine liderlik konusu ile yapılan çalışmaların niceliksel olarak artırılmasının ve niteliksel olarak farklı değişkenlerle birlikte ele alınmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Abid, G., Arya, B., Arshad, A., Ahmed, S. ve Farooqi, S. (2021). Positive Personality Traits and Self-Leadership in Sustainable Organizations: Mediating Influence of Thriving and Moderating Role of Proactive Personality. *Sustainable Production and Consumption*, Vol. 25, 299-311.
- Alparslan, A.M., Yastioğlu, S., Taş, G., Ali, M. ve Özmen, M. (2022). Yaşamın İşin Anlam Kaynakları Ve İyi Oluş İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, Cilt 13, Sayı 33, 14-33.
- Arıkan, S. (2001). Otoriter ve Demokratik Liderlik Tarzları Açısından Atatürk'ün Liderlik Davranışlarının Değerlendirilmesi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 19, Sayı 1, 231-257.
- Arlı, Ö. (2011), Bazı Öncül Ve Ardıllarıyla Öz Liderlik: İlköğretim Öğretmenleri Üzerine Bir Araştırma, Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Savunma Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bakan, İ. ve Doğan, İ. F. (2012). Hizmetkâr liderlik. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 1-12.
- Bozkurt, Ö. (2022). Öz Liderlik Becerisi Ve Kariyer Geleceği Algısının Çevrimiçi Öğrenmeye Hazır Olmaya Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 9, Sayı 1, 144-171.
- Bum, C. H. (2018). Relationships between Self-Leadership, Commitment to Exercise, and Exercise Adherence among Sport Participants, *Social Behavior and Personality*, Vol. 46, No. 12, 1983-1996.
- Chaijukul, Y. (2010). An Examination of Self-Leadership Performance Mechanism Model in Thai Private Organization. *The Journal of Behavioral Science*, Vol. 5, No. 1, 15-32.
- Courtright, S.H., Manz, C.C. ve Stewart, G.L. (2011), Self-leadership, a Multilevel View. *Journal of Management*, Vol. 37, No. 1, 185-196.
- Çelik, M. ve Polat, H.Y. (2017). Kamu Ve Özel Okul Yöneticilerinin Kendi Kendine Liderlik Stratejileri Açısından Karşılaştırılması. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1, 93-112.
- Çelik, V. (1998). Eğitimde Dönüşümcü Liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt 16, Sayı 16, 423-442.
- De Klerk, J.J., Boshoff, A.B. ve Van Wyk, R. (2006). Spirituality in Practice: Relationships between Meaning in Life, Commitment and Motivation. *Journal of management, Spirituality & Religion*, Vol. 3, No. 4, 319-347.
- Deepa, E., Palaniswamy, R. ve Kuppasamy, S. (2014). Effect of Performance Appraisal System in Organizational Commitment, Job Satisfaction and Productivity. *Journal of Contemporary Management Research*, Vol. 8, No. 1, 72-82.
- Demir, C., Yılmaz, M.K. ve Çevirgen, A. (2010). Liderlik Yaklaşımları Ve Liderlik Tarzlarına İlişkin Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, 129-152.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2008a). Kendi Kendine Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 26, Sayı 1, 139-164.

- Doğan, S. ve Şahin, F. (2008b). Bireysel Performansı ve Verimliliği Artırmada Kendi Kendine Liderlik Yaklaşımının Önemi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, Vol. 10, No. 1, 77-95.
- Dulewicz, V. ve Higgs, M. (2005). Assessing Leadership Styles and Organisational Context. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 20, No. 2, 105-123.
- Duran, O.A. (2022). Kendi Kendine Liderlik Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkide Öz Yeterliliğin Aracı Rolü. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Elmuti, D. ve Kathawala, Y. (1997). Self-Managing Teams, Quality of Work Life, and Productivity: A Field Study. *American Journal of Business*, Vol. 12, 19-25.
- Eren, E. (2016). Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar). 12. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Fredendall, L.D. ve Emery, C.R. (2003). Productivity Increases Due to the Use of Teams in Service Garages. *Journal of Managerial Issues*, Vol. 15, 221-242.
- Giltinane, C.L. (2013). Leadership Styles and Theories. *Nursing Standard*, Vol. 27, No. 41, 35-39.
- Gunbayi, I. (2002). Women and Men Teachers', Approaches to Leadership Styles. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, Vol. 33, No. 7, 685-698.
- Hauschildt, K. ve Konradt, U. (2012). Self-leadership and Team Members' Work Role Performance. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 27, No. 5, 497-517.
- Houghton, J. D., Dawley, D. ve DiLiello, T.C. (2012). The Abbreviated Self-Leadership Questionnaire (ASLQ): A More Concise Measure of Self-Leadership. *International Journal of Leadership Studies*, Vol. 7, No. 2, 216-232.
- Houghton, J.D. ve Neck, C.P. (2002). The Revised Self-Leadership Questionnaire: Testing a Hierarchical Factor Structure for SelfLeadership. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 17, No. 8, 672-691.
- Hughes, R. (2009). Time for Leadership Development Interventions in The Public Health Nutrition Workforce. *Public Health Nutrition*, Vol. 12, No. 8, 1029-1029.
- Iverson, R.D. (1992). Employee Intent to Stay: An Empirical Test of a Revision of the Price and Mueller Model. The University of Iowa.
- Javadi, M., Rezaee, M. ve Salehzadeh, R. (2013). Investigating the Relationship between Self-Leadership Strategies and Job Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. Vol. 3. 10.6007/IJARAFMS/v3-i3/178.
- Kabakçı, H. (2023). Liderlik, Örgüt Kültürü ve Örgüt Yapısı Arasındaki Etkileşimler: Öz-Liderlik Temelli Bir Örgüt Tasarlamak. [Yayımlanmamış Doktora Tezi].
- Kansu, A.F. ve Sayar, G.H. (2018). Öz Yeterlik, Yaşam Anlamı Ve Yaşam Bağlılığı Kavramları Üzerine Bir İnceleme. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*, Cilt 1, 78-89.
- Karip, E. (1998). Dönüşümcü Liderlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt 16, Sayı 16, 443-465.
- Kazan, A.L. (1999). Exploring Concept of Self-Leadership: Factor Impacting Self Leadership of Ohio Americorps Members, Doktora Tezi, The Ohio State University. Ohio.
- Kerr, S. ve Jermier, J.M. (1978). Substitutes for Leadership: Their Meaning and Measurement. *Organization Behavior and Human Performance*, Vol. 22, 375-403.
- Kesken, J. ve Ayyıldız, N. A. (2008). Liderlik Yaklaşımlarında Yeni Perspektifler: Pozitif Ve Otantik Liderlik. *Ege Academic Review*, Cilt 8, Sayı 2, 729-754.
- Kılınç, T. (2002). Liderlik Üzerine Bir Analiz. *Hastane Dergisi (Hospital News)*, Yıl 3, 84-88.
- Koçel, T. (2018). İşletme Yöneticiliği. 17. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kutanis, P. (2018). Kendi Kendine Liderlik Tarzının İş Tatmini Ve İş Özerkliği Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Long, C.S., Alifiah, M.N., Kowang, T.O. ve Ching, C.W. (2015). The Relationship between Self-Leadership, Personality and Job Satisfaction: A Review. *Journal of Sustainable Development*, Vol. 8, No. 1, 16.

- Manz, C.C. ve Jr Sims, H.P. (1980). Self-Management as a Substitute for Leadership: A Social Learning Theory Perspective. *Academy of Management Review*, Vol. 5, 361-367.
- Mustriwati, K.A., Sudarmika, P. ve Candiasa, I. M. (2021). The Impact of Self-Leadership and Organizational Commitment on the Performance of Covid-19 Nurses. *Kontakt / Journal of Nursing and Social Sciences Related to Health and Illness*, 40-44, DOI: 10.32725/kont.2021.005.
- Neck, C.P. ve Houghton, J.D. (2006). Two Decades of Self Leadership Theory and Research: Past Developments, Present Trends, and Future Possibilities. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 21, No. 4, 270-295.
- Neck, C.P. ve Milliman, J.F. (1994). Thought Self Leadership: Finding Spiritual Fulfilment in Organizational Life. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 9, No. 6, 9-16.
- Norris, S.E. (2008). Kendi Kendine Liderliğin İncelenmesi. *Gelişen Liderlik Yolculukları*, Cilt 1, Sayı 2, 43-61.
- O'neill, J.W., Harrison, M.M., Cleveland, J., Almeida, D., Stawski, R. and Crouter, A.C. (2009). Work-Family Climate, Organizational Commitment, and Turnover: Multilevel Contagion Effects of Leaders. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 74, No. 1, 18-29.
- Odabaşı, Y. (1999). Anket Yöntemi. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri içinde ed. Ali Atıf Bir. Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi Yayınları*, (1081).
- Orhan, R. (2012). Oryantiring Sporcularının Kendi Kendine Liderlik Algıları. (Yüksek Lisans Tezi). Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı. Kırıkkale.
- Özalp, İ. ve Öcal, H. (2000). Örgütlerde Dönüştürücü Transformational Liderlik Yaklaşımı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4, 207-227.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 28, 1-20.
- Özsoy, İ. (2012). Örgüt İklimi, Öz Liderlik Ve İş Tatmininin Ar-Ge Performansına Etkisi: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma, Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Savunma Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi,
- Pallant, J. (2005). SPSS Survival Manual a step by step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows (Version 12). Allen & Unwin, Sydney.
- Pınar, S., & Aşkun, O. B. (2022). Bireysel Değerlerin Kendi Kendine Liderlik Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(Kongre Özel Sayısı), 99-121.
- Rajani, N.B., Skianis, V. ve Filippidis, F.T. (2019). Association of Environmental and Sociodemographic Factors with Life Satisfaction in 27 European Countries. *BMC Public Health*, Vol. 19, No. 1, 1-8.
- Sarı, İ., Yenigün, Ö., Altıncı, E. E. ve Öztürk, A. (2011). Temel Psikolojik İhtiyaçların Tatmininin Genel Öz-Yeterlik Ve Sürekli Kaygı Üzerine Etkisi (Sakarya Üniversitesi Spor Yöneticiliği Bölümü Örneği). *Sportre Badem Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, Cilt 9, Sayı 4, 149-156.
- Scheier, M.F., Wrosch, C., Baum, A., Cohen, S., Martire, L.M., Matthews, K.A., Schulz, R. ve Zdzaniuk, B. (2006). The Life Engagement Test: Assessing Purpose in Life. *Journal of Behavioral Medicine*, Vol. 29, No. 3, 291-298.
- Sesen, H., Tabak, A. ve Arlı, O. (2017). Consequences of Self-Leadership: A Study on Primary School Teachers. *Educational Sciences: Theory & Practice*, Vol. 17, 945-968. <http://dx.doi.org/10.12738/estp.2017.3.0520>
- Sethuraman, K. ve Suresh, J. (2014). Effective Leadership Styles. *International Business Research*, Vol. 7, No. 9, 165.
- Silva, J., De Keulenaer, F. ve Johnstone, N. (2012). Environmental Quality and Life Satisfaction: Evidence Based on Micro-Data, *OECD Environment Working Papers*, No. 44, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k9cw678dlr0-en>
- Stevens, J. (1996). Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences. (3rd edition), Mahwah, Lawrence Erlbaum: New Jersey.

- Stewart, G.L. ve Barrick, M.R. (2000). Team Structure and Performance: Assessing the Mediating Role of İntrateam Process and the Moderating Role of Task Type. *Academy of Management Journal*, Vol. 43, 135-148.
- Stewart, G.L., Courtright, S.H. ve Manz, C.C. (2011). Self-Leadership: A Multilevel Review. *Journal of Management*, Vol. 37, No. 1, 185-222.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2007). Using Multivariate Statistics. (5th edition), Pearson Education: Boston.
- Tazegül, Ü. (2018). Elit Düzeydeki Tenisçilerin Olumlu Düşünme Ve Yaşama Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 67, 16-25.
- Tengilimoğlu, D. (2005). Kamu ve Özel Sektör Örgütlerinde Liderlik Davranışı Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 14, 1-16.
- Toker, B., ve Kalıpçı, M. B. (2022). Çalışanların İş-Yaşam Dengesinin Yaşam Doyumuna Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Alanya Akademik Bakış*, Cilt 7, Sayı 1, 77-90.
- Uğur, E. ve Akın, A. (2015). Yaşam Bağlılığı Ölçeği Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 424-432.
- Uğur, U. ve Uğur, S. (2014). Yöneticilik ve Liderlik Ayrımında Kişisel Farklılıkların Rolü. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, 122-136.
- Uğurluoğlu, Ö. (2010). Kendi Kendine Liderlik Stratejileri Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 24, Sayı 1, 175-191.
- Vanaki, Z. ve Vagharseyyedin, S.A. (2009). Organizational Commitment, Work Environment Conditions, and Life Satisfaction among Iranian Nurses. *Nursing & Health Sciences*, Vol. 11, No. 4, 404-409.
- Veenhoven, R. (1996). The Study of Life Satisfaction. In V. E. Saris, R. Veenhoven, A. C. Scherpenzeel ve B. Bunting (Eds.), *A Comparative Study of Satisfaction with Life in Europe* (pp. 11-48). Eötvös: University Press.
- Williams, S. (1997). Personality and Self-Leadership. *Human Resource Management Review*, Vol. 7, No. 2, 139-155.
- Yavuz, E., & Ayan, B. (2019). Kamu Örgütlerinde Öz Liderlik Düzeyinin Belirlenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 10(17), 1002-1029.
- Yun, S., Cox, J., & Sims, H.P. (2006). The Forgotten Follower: a Contingency Model of Leadership and Follower Self-Leadership. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 21, No. 4, 374-388.
- Zembylas, M. ve Iasonos, S. (2010). Leadership Styles and Multicultural Education Approaches: An Exploration of Their Relationship. *International Journal of Leadership in Education*, Vol. 13, No. 2, 163-183.
- Zhang, J. W. ve Howell, R.T. (2011). Do Time Perspectives Predict Unique Variance in Life Satisfaction Beyond Personality Traits? *Personality and Individual Differences*, Vol. 50, No. 8, 1261-1266.

SUMMARY

21. as the studies on leadership approaches continue in the century, the need for leaders continues to increase in order to achieve the goals in a changing world and organizational life. Nowadays, the procedures of doing business and the employee portfolio have undergone significant changes. The methods of doing business have also been influenced by technology, and successful businesses have started to be done independently, alone or with a small number of employees. With the technological developments, the way of interaction between the leaders and their audience has also changed.. In business life, leaders need to know their audience very well in order to achieve success in accordance with the set goals. It

is believed that self-leadership will lead a person to success by increasing motivation, based on the fact that the person who knows the person best will be himself again. This success, on the other hand, will affect life commitment by providing happiness in business life. In this study, it was aimed to measure the effect of self-leadership, which is very important in providing motivation in business life, on life commitment. In this way, the hypothesis that an individual will achieve success in business life without needing another leader, and that this situation will increase his commitment to life, is intended to be tested.

The data related to the research were obtained by the questionnaire method used in quantitative research. The members of Samsun Chamber of Commerce and Industry constitute the universe of the research. Although there are 7500 members registered with Samsun Chamber of Commerce and Industry, survey forms prepared online have been sent to the mail addresses of about 3000 members who actively use mail. 230 survey data that filled out the questionnaires sent to the e-mails were subjected to evaluation. The questionnaire prepared for the study consists of a total of 3 parts. The first part of the questionnaire contains questions about the collection of data on demographic characteristics, and the second part contains the "Short Form of the Self-Leadership Scale". In the last part of the questionnaire, the "Life Commitment" scale was used.

In this study, it was aimed to measure the effect of the self-leadership variable on life commitment and the strength of this effect. A province in the central Black Sea region in members of the Chamber of Commerce and Industry as a result of research conducted on a sample of members' self-leadership behaviors of their commitment to life on a positive and significant ($t: 2,819$ and $sig.: ,005$) it has been concluded that it has an effect on the level. In addition, it was found in the study that the self-leadership behavior levels of the members were high. In the research, it was found that the self-leadership behavior levels of the members differ in favor of women ($4.25 > 4.06$) in terms of gender variable, similar to Norris' (2008) study, according to their gender. On the other hand, it was seen that the levels of life commitment differed in favor of men ($4.30 > 4.16$), in contrast to Tazegül's (2018) study. However, in accordance with the literature (Kazan, 1999; Uğurluoğlu, 2010), the self-leadership behavior levels of the Chamber of Commerce and Industry members showed differences according to their age and professional seniority. While the self-leadership behavior levels of the members did not differ according to their education levels, their life commitment levels showed differences according to their education levels and age, and did not show a difference according to professional seniority.

The positive effect of self-leadership attitudes and behaviors on life commitment has a very important value both in terms of work life and social life. A person with a high commitment to life becomes productive in his work and in life in general, exhibits positive attitudes and behaviors. From this point of view, studies should be carried out to create and activate self-leadership thoughts and behaviors in human resources strategies carried out in organizations. For this purpose, it is necessary to know the employees very well first, to know what they

want and to set goals in a way that will reconcile the individual goals of the employees with their organizational goals and to help them in terms of achieving these goals. In this way, it will be witnessed that organizations in which employees' self-leadership is at the forefront will be more successful in the competition. In this context, it is thought that increasing the quantitative studies on the subject of self-leadership and considering them together with qualitatively different variables will contribute to the literature.

Purchase Intention in Online Brand Communities: The Effect of Consumer Empowerment

Caner DİNCER*

ÖZ

İletişim, yeni medya ve mobil uygulama teknolojilerindeki gelişmeler, tüketici deneyimini geliştirdi ve markalarla olan ilişkilerinde tüketicileri güçlendirdi. Bu çalışma, bu doğal ilerlemenin etkisini, satın alma niyetini, tüketici memnuniyetini ve markaya olan güveni dikkate alarak araştırmaktadır. Çalışmanın verileri, sosyal platformdaki birçok marka topluluğunun üyesi olan 312 Facebook kullanıcılarından sağlanmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) kullanılarak gerçekleştirilen analiz, öncelikle tüketicinin güçlenmesi ve güven arasında, ikinci olarak da memnuniyet ve güven arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Memnuniyet ve güven, satın alma niyetiyle de önemli ölçüde bağlantılıdır. Bununla birlikte, sonuçlar tüketici güçlenmesi ve memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki göstermemiştir. Bu sonuçlar ve çıkarımları, yönetsel öneriler ve gelecek araştırmalara yön gösterecektir.

Anahtar Kelimeler: Tüketicinin Güçlenmesi, Tüketici Memnuniyeti, Güven, Satın Alma Niyeti
JEL Sınıflandırması: M30, M31

Çevrimiçi Marka Topluluklarında Satın Alma Niyeti: Tüketicinin Güçlenmesinin Etkisi

ABSTRACT

The developments in the technologies of communication, new media, and mobile applications evolved the consumer experience and empowered them in their relationships with the brands. This paper investigates the impact of this natural progression taking into consideration the purchase intention, consumer satisfaction and trust in the brand. The data for the study is collected from 312 Facebook users, members of many brand communities on the social platform. The analysis realized using Structural Equation Modeling (SEM) showed significant relation-ship firstly between consumer empowerment and trust and secondly between satisfaction and trust. Satisfaction and trust are also significantly linked to purchase intention. However, the results showed no significant relation between empowerment and satisfaction. These results and their implications will pave the way for managerial recommendations and avenues for further research.

Key Words: Consumer Empowerment, Satisfaction, Trust, Purchase Intention
JEL Classification: M30, M31

INTRODUCTION

The user communities and social networks have reinforced the effect of Internet empowerment over the traditional sales channel (Labrecque et al., 2013). Researchers like Rezabakhshvd (2005) and Wathieu et al. (2002) indicated that this technological development provides consumers with new skills that give them more autonomy and control in their purchasing and consumption decisions, consequently

* Doç. Dr., Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, cdincer@gsu.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-8109-1412

(Makale Gönderim Tarihi: 28.11.2022 / Yayına Kabul Tarihi: 01.03.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1211158

Makale Türü: Araştırma Makalesi

a shift in the balance of power in favor of the consumer (Hsieh et al., 2022; Ellen and Mark, 1999).

In the early 2000's, Pruche (2013;12) pointed out that consumer empowerment is more specifically associated with the development of e-commerce. It allows access to information, facilitates the comparison of offers and makes the consumer more autonomous in his decision-making process (Pruche, 2013; 14). Despite the work of Hunter and Gurnefeld (2008) and Pruche, (2012) having clarified the role of empowerment in promoting consumer satisfaction or maintaining consumer trust (Akhavannasab et al., 2018; Midha, 2012; 207), little research has focused on the effect of empowerment on consumers' brand relationships in virtual platforms. According to Pruche et al. (2015) empowerment promoted by the Internet raises important questions for managers; it suggests a form of emancipation of consumers from the influence and control of brands in their decision-making.

The objective of this work is to address the effect of consumer empowerment on intention to purchase while highlighting the role of satisfaction and trust. The question is as follows: What is the effect of consumer empowerment in an online branding community on consumer? An empirical study was conducted among 312 Facebook users. First, we will present the conceptual framework of our research by identifying the concept of consumer empowerment, satisfaction, trust and purchase intention. The nature of the relationships between these different variables will be further clarified by reference to a theoretical base. Finally, we will present the research methodology and discuss the results.

I. CONCEPTUAL FRAMEWORK

The emergence of the internet signaled the beginning of an era in which consumers play a significant role in the growth of businesses. Three crucial and valuable characteristics of the web; communication, conceptualization, and computation are involved in the business creation process (Winterich and Zhang; 2014). Consumers may simply and rapidly communicate with one another on the web, which also makes it easy for businesses to do so. The time it takes to comprehend the wants and needs of consumers is reduced by this new communication method. The envisioning of new products, new items and product attributes, is the second crucial role.

Alongside these changes, consumers are realizing that they no longer play a purely passive part in the production process (Belanche et al., 2019). Consumers now play a significant role in helping to build value through product innovation, not just at the time of the purchase. Customers are conscious of their influence in the marketplace.

Wathieu et al. (2002) and Harrison et al. (2006) argue that consumer empowerment accompanied the emergence of the internet to designate the perception of a gain in control and autonomy in decision-making, enabled by the acquisition of skills associated with the use of internet.

Thus, a consumer is better informed and more empowered to make the best consumer decisions (Del Bucchia et al., 2021; Pruche et al., 2015). To communicate

with current and potential customers, companies use several means, including online branding communities. Companies can increase consumer empowerment in online brand communities by providing transparent and accurate information about products and services, allowing for easy comparison shopping, and encouraging open communication between consumers and the company. Companies can also give the consumer a sense of control over the communication process by allowing them to give feedback, express their opinions and by giving them a sense of community by allowing them to interact with other consumers.

Indeed, businesses are beginning to recognize the importance of virtual communities used for marketing activities to maintain close relationships with consumers (Belanche et al., 2019; Palmer and Koenig-Lewis, 2009; 165). Consumer empowerment can play a significant role in determining purchase intention in online brand communities, and companies can take steps to increase consumer empowerment in order to drive sales and build customer loyalty. In this part, we will be interested in studying consumer empowerment and its impact on the relationship to the brand and on the purchase. Overall, the conceptual framework of the research on consumer empowerment can be defined as a multidimensional construct that encompasses the consumer empowerment, online branding community, satisfaction, trust and purchase intention. These dimensions interact and influence each other, creating a dynamic and complex concept of consumer empowerment. The framework helps to explain the process by which consumers can become empowered and exert influence over the marketplace through their consumption choices.

A. Consumer Empowerment

Empowerment is an English term involving the process of acquiring power and allowing an actor to take charge of the issues (professionally, economically, family, and social) that concern him. It is seen as a thoughtful individual capability that provides the opportunity to choose, decide and act to resolve any difficult situation (Zimmermann, 1995).

In marketing, empowerment reflects the ability of consumers to access, understand and share information (Deshpande, 2002; 229). Consumers are responsible for their consumer choices through direct access to a wide range of alternatives (Elliot, 2006). Consumer empowerment is more specifically associated with the development of e-commerce in the early 2000s, which, in addition to access to information, facilitates the comparison of offers and makes the consumer more autonomous in his decision-making process (Cyril et al., 2016; Pruche, 2013).

According to Anderson and Galinsky (2006), power enables consumers to process information, foster trust in decision-making (Brinol et al., 2007), and influence actual consumer behavior (Winterich and Zhang; 2014). Midha (2012) points out that consumer empowerment is a psychological construct linked to the individual's perception of the extent to which they can control the distribution and use of their personally identifiable information. The effect of consumer empowerment is manifested in the perception of greater autonomy in the purchasing decision-making process as a result of the improvement of the

consumer's ability to formulate and exercise choices that correspond to his personal expectations and needs (Pruche, 2013; 20).

B. The Online Branding Community

Hagel and Armstrong (1997), define that virtual communities are groups of people with common interests and needs who come together online. They are also considered to be online social entities comprising existing and potential consumers who have the objective to facilitate the exchange of opinions and information about the products and services offered (Srinivasan et al., 2002). Pruche et al. (2015) point out that brand communities not only provide companies with an additional communication channel, but also enable them to connect with dedicated users. They provide easy access to information exchange and community participation without restriction of time or space, or to acquire useful information (Kozinets et al., 2021; Palmer and Koenig-Lewis, 2009; 171). According to Morgan and Hunt (1994), relational marketing refers to marketing activities designed to establish, develop, and maintain successful relationships. It is also identified as the maintenance and enhancement of the client relationship (Berry, 1995). For his part, (Gronroos, 1996) points out that relational marketing allows to identify, maintain, and increase relationships with consumers and other partners.

C. Satisfaction

Satisfaction is a psychological, post-purchase and relative condition. This concept can be explained from two perspectives: relational and transactional. According to Delafrooz et al. (2011), the first perspective considers satisfaction as a continuous global assessment of the company's or brand's ability to deliver the profits sought by the customer. While for Garbarino and Johnson (2015), the transactional perspective is a posterior and inherent state of a specific, time-bound transaction that can be defined as an immediate post-purchase appraisal judgment or an emotional reaction to the transaction with the most recent firm. In marketing, this concept has been studied in the context of business-consumer exchanges (Richard, 1993, 223).

Bloemer (2002) noted that satisfaction can be a process of comparing perceived performance with consumer expectations based on the paradigm of non-confirmation of expectations. It may be the result of a lived consumption experience. Satisfaction can be interpreted as a general assessment of consumers' experience with the website (Anderson and Srinivasan, 2003). It is considered pure emotion (Fournier and Glen, 1999; Arnould and Price, 2003), exclusive of any cognitive process, and even one emotion among others (Bagozzi et al., 1999). Several researchers have been interested in addressing online satisfaction. Anderson and Srinivasan (2003) identify as a sense of consumer satisfaction with an online consumer experience. It is also seen as an overall assessment of the site's ability to meet the needs and expectations of online users.

D. Trust

Gurvies and Korchia (2002), affirm that trust is as a psychological state affecting the intention of the behavior, which could result in a presumption, expectation (Sirdeshmukh et al., 2002; Perrien et al., 1999) or a belief in the ex-

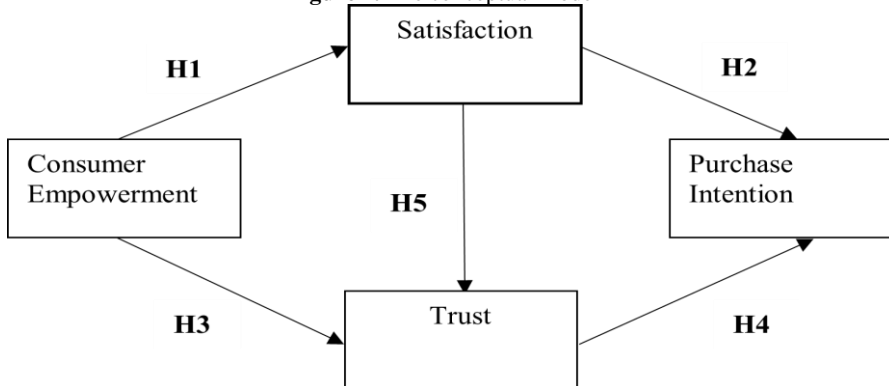
change partner (Sirieix and Dubois, 1999; Ganesan, 1994). Referring to literature, researchers such as (McKnight et al., 2002) identified two dominant conceptions of trust. The former is trust with cognitive expectation or emotional feeling, while the latter is a risk-taking behavior or willingness to engage in such behavior. Kim and Stoel (2017) consider trust to have three dimensions: goodwill (attention to the interests of others), competence (technical skills and expertise) and integrity (honoring commitments).

Online, trust has been addressed by several marketing researchers. According to Kim and Stoel (2017), it is expressed as the ability to provide secure transactions and strong privacy policies. It plays a major role in explaining the intent to purchase online (Liu et al., 2019; Yoon and Sung-Joon, 2002). Chouk and Perrien (2005) identify online trust as all positive expectations of the merchant’s competence and expertise, the fulfillment of its commitments, the motivation to help the consumer in the event of a problem, and the attention paid to its interests. There are four relational features that can improve online customer trust: quality of communication, social presence, quality of support and virtual community (Toufaily et al., 2009; 202).

E. Purchase Intention

Fichbein and Ajzen (1975) identify purchase intention as a conative component between attitude and behavior. It is activated by desire or need. According to Garbarino and Johnson (2015) the purchase intention is more than a desire and not a promise to buy. Online, it has been involved in e-commerce with the intention of recommending, purchasing, or repurchasing and revisiting the site (Chouk and Perrien, 2005). According to Ling et al. (2010), it refers to the situation in which a client is prepared to engage in an online transaction.

Figure 1. The conceptual model



Source: Author’s own model

II. RESEARCH MODEL

The conceptual model of our research studies the impact of consumer empowerment in an online branding community on intention to buy while highlighting the role of satisfaction and trust. The relationships are expressed by the following assumptions:

Several researchers have addressed the relationship between empowerment and satisfaction. Indeed, Pruche, (2012; 16) expressed that buyer with more power are more satisfied with their decision, resulting in greater satisfaction with the service provider on a website. To improve consumer satisfaction, the company needs to control how information is presented (Huffman et al., 1998). Hunter and Gurnefeld (2008) argue that better informed consumers should be able to make better choices by promoting greater satisfaction. This led us to propose the following hypothesis

H1: Psychological empowerment positively affects satisfaction

The relationship between satisfaction and purchase intent was addressed by several researchers. According to Jeong et al. (2003), satisfaction is an important factor in predicting online behavioral intentions. This relationship has been verified by several researchers such as (Khalifa and Liu, 2007; Alegre and Cladera, 2009; Raza et al., 2012), which emphasized that intention depends on several factors, including satisfaction and attitude. The assumption for this effect is as follows:

H2: Satisfaction has a positive effect on the purchase intention.

Deshpande (2002) argue that consumer empowerment is helping to improve consumers' ability to access, understand and share information and make transactions simpler. Empowerment gives consumers the ability to control their private information, which can create a competitive advantage, increase customer trust (VanDyke et al., 2007). Khong et al. (2013) indicate that consumer empowerment is a significant predictor of trust and reliability. However, when consumers feel powerless or lack sufficient power, trustworthy business relationships are impossible. The following hypothesis therefore follows:

H3: Consumer empowerment has a positive impact on the trust of Internet users.

By referring to the marketing literature, several researchers have shown the positive impact of consumer trust on their intention to buy online. Researchers like (McKnight et al., 2002; Jarvenpaa, 1999) have shown that trust positively influences customers' online purchasing intentions. Kim and Park (2017) explain the relationship between trust and intent to purchase on the Internet by the fact that consumers who have more trust in e-commerce sites are more likely to spread positive word of mouth and increase their purchases via these platforms. According to Hajli et al. (2015; 138) consumer trust in social networks increases their purchasing intent. Consumers who do not trust sellers in social media platforms are less willing to engage in internet shopping (Hajli et al., 2015). Based on this research, we propose the following hypothesis:

H4: Trust has a positive effect on purchase intention

There is controversy about the relationship between satisfaction and trust. On the one hand, researchers such as Allagui and Temessek (2005) have identified trust as a determinant of satisfaction. They explain this by the fact that the consumer who feels satisfied is the one who expresses a higher level of trust in the brand. On the other hand, researchers such as Garbarino and Johnson (2015) have pointed out that satisfaction is closely linked to trust. It can better predict future brand

performance and reduce transaction risks (Henning-Thurau et al., 2002). For their part, Lankton et al., (2010) point out that online trust will only be improved by satisfaction so the higher the satisfaction, the more trust this will foster. This leads us to the following hypothesis:

H5: Satisfaction has a positive effect on trust

III. METHODOLOGY AND RESULTS

The objective of this study is to analyze the impact of consumer empowerment on the consumer’s purchase intention while highlighting the role of satisfaction and trust. In this section, we will provide an overview of sample, data collection, variable measurement, and results.

The questionnaire is pretested as Igalens and Roussel (2009) point out, the questionnaire can only take place after ascertaining the facial validity of its contents. A total of 27 participants had the opportunity to visit the chosen brands Facebook pages and mention «likes» for the social network and then answer the online questionnaire sent to them by private message. It is distributed to 425 members of the online branding communities from different sectors of which 312 responses have been collected. It noted that the sampling method used is snowball. The following table presents the different characteristics of the sample:

Table 1. The characteristics of the sample

Variables		Frequency	Percentage
Age	Under 20	73	23.3%
	Between 20 and 29 years	168	53.8%
	Between 30 and 39 years	43	13.8%
	Between 40 and 49 years	11	3.7%
	Between 50 and 59 years	13	4.1%
	Over 60 years	4	1.3%
Gender	Man	125	40.1%
	Woman	187	59.9%
Socioprofessional Category	Students/High School	234	75%
	Unemployed	7	2.3%
	Retired	11	3.5%
	Housewife	5	1.6%
	Employee/Executive	55	17.6%

To measure empowerment, we referred to the Spreitzer (1995) which is constructed of three dimensions (competence, autonomy, impact). Each dimension consists of three items. To measure satisfaction on an online social network, we refer to the Ha and Stoel (2012) scale of three items. Chouk and Perrien (2005) allowed us to measure trust. This scale is composed of three dimensions (credibility, goodwill, integrity). The credibility dimension consists of 5 items; goodwill consists of four items and three items for integrity. The online consumer’s intent to purchase was measured by the Moon and Kim (2001) scale, which consists of four items.

First, we began with an exploratory analysis (PCA) to reduce the information in a set of observable variables to a reduced set of components (Fornell

and Larcker, 1981). Subsequently, we carried out a confirmatory analysis which makes it possible to test the convergent and discriminating validity of the measurement scales. We ended with the structural equation method to test the research hypotheses SPSS is used for exploratory analysis and AMOS for confirmatory analysis.

A. Scales

The table below illustrates the results of exploratory and confirmatory analysis of the measurement scales.

Table 2. Treatment of measurement scales

Scale	Purification		Factors	Reliability	Validity	
	ACP	AFC			Convergent	Discriminant
Empowerment	KMO=0.726 Bartlett=0.000 Variance explained=68.596%	X ² /ddl =2.236 GFI = 0.955 AGFI = 0.896 RMSEA =0.088 (9 items)	Competence	α = 0.794 ρ = 0.759	pvc=0.613 pvc=0.461 pvc=0.664	Discriminant Validity is verified
			Autonomy	α = 0.743 ρ = 0.623		
			Impact	α = 0.670 ρ = 0.798		
Satisfaction	KMO=0.693 Bartlett=0.000 Variance explained=77.055%			α = 0.850 ρ = 0.857	pvc=0.670	-
Trust	KMO=0.828 Bartlett=0.000 Variance explained=63.189%	X ² /ddl =0.692 GFI = 0.995 AGFI = 0.984 RMSEA =0.000 (6 items)	Integrity- Goodwill	α = 0.835 ρ = 0.673	pvc=0.509 pvc=0.494	Discriminant Validity is verified
			Credibility	α = 0.777 ρ = 0.794		
Purchase Intent	KMO=0.664 Bartlett=0.000 Variance explained=60.355%			α = 0.671 ρ = 0.672	pvc=0.406	

Consumer empowerment: the KMO (0.726) and the Bartlett test (X²=1063.530, ddl=36, p=0.000) result in an average predisposition of the data to be factored. So the conditions of factoring variables are checked. The null hypothesis that there is no significant correlation in the data matrix is rejected. A PCA extracts three factors that account for 68.596% of the total variance.

According to the theoretical approach, the results obtained in this context among Internet users correspond well to the three dimensions described and measured by Pu et al. (2015).

The confirmatory factor analysis carried out on this scale shows an unsatisfactory quality of adjustment. A second confirmatory factorial analysis was carried out, led us to eliminate item 7 «I had an influence on the development of the choice of products of the brand that I made» because it has a low factorial contribution (0.1). We then proceed to analyze the error term change indices to improve the model fit indices. A third confirmatory factorial analysis was carried out and allowed us to eliminate item 6 «I do not rely on the opinion of Internet users to make my decisions regarding the purchase of the products of the brand» because it is strongly correlated with four errors of the items of empowerment. Similarly for item 1 «I am confident in my ability to choose the product offer on the company's social network that meets my expectations» which is strongly correlated with two errors in items of this scale. After the elimination of these two items, another confirmatory factor analysis led us to add two relationships between the error terms of item 3 «I obtained the necessary information in order to evaluate the alternatives and to make the right choice of the offer of the brand» and 9 « I had a significant impact on the content of the offer of products of the brand that I made» as well as between item 3 and 4 «I made my choice of products of the brand independently without letting me be influenced by the advice of other Internet users» then that they are strongly correlated. The results of the respective model show a very good fit quality. The analysis of reliability and Rho of Jöreskog is good. The convergent validity as well as the discriminant validity is satisfactory.

The satisfaction: the KMO (0.693) and the Bartlett test ($X^2= 430.484$, $ddl=3$, $p = 0.000$) indicate a satisfactory predisposition of the data to be factored. A PCA extracts a single factor that accounts for 77.055% of the total variance. The confirmatory factorial analysis does not give adjustment indices because it is a well-identified model that consists of three items. The convergent validity 705ort he705 scale is good as it exceeds 0.5 (0.670). This scale indicates a very good internal consistency which is 0.857.

Trust: we ensured that there is a predisposition of the data to be factored KMO (0.828) and Bartlett's test ($X^2=1589.069$, $ddl=66$, $p=0.000$). A PCA extracts two factors that account for 56.12% of the total variance. Items 3 «I can count on this online company to complete my transactions according to the promised deadlines» and 9 «In case of problems, the social network page of the brand suggests that the company would be receptive» were eliminated respectively for low communality (0,34 et 0,4). After the elimination of these items, another PCA was performed on the remaining ten items which allow the improvement of the explained variance of (60.732%), item 12 «the promised service corresponds to the description presented on the social network of this company» was eliminated for low level of representation which is (0.448). The explained variance increased to 63.189% of the total information.

The trust scale does not follow normality, this is justified by a Mardia coefficient equal to 24,181 which is greater than 3 and also not significant ($t=14,882 > 1.96$). Later the comparison of the two results that of maximum likelihood and bootstrap, showed that the gap (<0.01) which shows the stability of the results. This stability on the different samples, which is derived by the bootstrap procedure (250), has allowed us to limit the interpretation according to the maximum likelihood. The confirmatory factor analysis carried out on this scale shows an unsatisfactory quality of adjustment.

The first confirmatory factorial analysis leads us to eliminate item 8 «In case of problems, I think it is easy to file a complaint» for a low factor contribution of 0.385. After the elimination of this item, we noticed that the indices of the quality of fit of the model remain unsatisfactory, so we proceed to analyze the indices of modification of the error terms. The second confirmatory factor analysis allowed us to eliminate two items: Item 6 «the company social network shows interest in solving my problems» because its error term is strongly correlated with the two dimensions of the scale and item 11 «The company social network meets its commitments in terms of transaction rates» because its error term is strongly correlated with the errors of the other four items. After removing these two items, a third confirmatory factor analysis allowed us to add a relationship between the error terms of item 1 «I think this online company is very competent in its field of activity» and item 2 «the company's social network demonstrates that it is an expert in its field» because they have the highest correlation. The results of the respective model have a very good fit quality as shown in the Table 2. The internal coherence and the convergent validity of the two dimensions are satisfactory. As for discriminant validity, it is also validated since we found that the squared correlation coefficient between constructs is lower than the Rho of convergent validity [69].

Intent to purchase: the KMO is (0.664) and the Bartlett sphericity test ($X^2=142.878$, $ddl = 6$, $p = 0.000$) indicate a satisfactory factorial solution of the data to be factored. The null hypothesis stating that there is no significant correlation in the data matrix is then eliminated. The purchase intent scale is not sufficiently internally consistent (0.448). A first PCA extracts a single factor that accounts for 46.375% of the total variance. Item 3 was eliminated for low-level communities (0.092). After this item was removed, a new analysis was conducted. The last PCA performed on the remaining three items allows the value of the percentage of variance explained to be improved (60.355%). All items designed to measure this variable have factorial contributions greater than 0.7. The confirmatory factorial analysis of the intent to purchase does not give adjustment indices because it is a fairly identified model that is composed of three items.

Finally, we performed an analysis of the overall measurement model to ensure that it was adjusted properly. As shown in the table below, the adjustment indices are quite satisfactory, although some are far from the acceptable limit. The GFI, AGFI, TLI and CFI values are well below 0.9 due to the complexity of our model. However, our model is parsimonious, since the normalized chi-squared has a low value (2.175), which is in line with the most stringent conditions and the

value of BIC and CAIC is much lower than that of the saturated model and other values are within the standards

Table 3. Global Measurement Model Adjustment Indices

Absolute indices				Incremental indices					
X ²	GFI	AGFI	DPR	RMSEA	TLI	CFI	X ² /ddl	BIC	CAIC
1.729.933 ddl=250 p = .000	0.729	0.620	0.08	0.06	0.729	0.762	2.175	2.306.015 Ms 2.002.028	2407015 Ms 2.353.028

The table 3 shows that the structural model has a good fit as the indices generated exceed the thresholds generally adopted in the research

B: Structural Model

Table 4 below shows that all hypothetical relationships are verified except for hypothesis H1.

Table 4. The direct effects of the structural model

Assumptions	Causal links	Structural Standardized links	CR	P	Significance
H1	Satisfaction ← Empowerment	0.203	1.575	0.115	Not significant
H2	intention ← satisfaction	0.691	5.024	***	Significant
H3	trust ← empowerment	1.085	9.014	***	Significant
H4	trust ← satisfaction	0.334	3.846	***	Significant
H5	intention ← trust	-0.692	-4228	***	Significant

IV. DISCUSSION

In the marketing world, several researchers have pointed out that empowerment strengthens the effect of satisfaction, including Ramani and Kumar (2008). Pu et al. (2015) explain this by the fact that the feeling of satisfaction that results from empowerment is due to the mechanism of psychological appropriation that promotes an internal attribution «the decision belongs to me» therefore the feeling of satisfaction increases. However, in this context, consumer empowerment has no significant effect on satisfaction. This is explained by the subjectivity of the responses collected from the users interviewed who are members of the online branding community. It is explained by the fact that the personal effectiveness of these Internet users in carrying out certain tasks such as co-creating services with this company, the ability to influence other members by giving their opinions regarding the purchase of some products or to give criticisms regarding the content of the online community do not necessarily express their satisfaction. Moreover, the freedom of choice and sense of control that express the members of this community do not necessarily lead to their satisfaction.

Researchers like Pu et al. (2015) have shown that online satisfaction is a determinant of the intention to purchase on the internet. As part of our research, we have validated this hypothesis. The empirical results of our research have led us to consider that Internet users who belong to the online community, who think of making online orders or purchasing operations are generally those who are satisfied with the services provided by the company or by the community. Therefore, knowing the needs of consumers and how to provide better service will increase the opportunities to make purchasing decisions.

VanDyke et al. (2007) and Khong et al. (2013) said empowerment has a positive and significant effect on trust. The empirical results of our work confirmed what has been mentioned in previous work. This is explained by the fact that maintaining power by members of the online branding community will allow them to feel that they have more privacy with the company or with the brand itself. Indeed, the belief of these Internet users that they possess personal efficiency and that they are also actors in the community will help to foster the feeling of trust. On the other hand, the ability to influence other members and have more control in the community will increase trust. We can therefore conclude that when e-consumers become co-actors by collaborating with the company, share information about the brand or the community and give recommendations. As a result, it will provide consumers with greater reliability, simpler transactions, and a competitive advantage for the business.

Previous work has mentioned the positive relationship between online trust and the purchasing intention of Internet users. Among the researchers who verified this relationship we can mention McKnight et al. (2002), Delafrooz et al. (2011), Kim et al. (2008). Contrary to what has been verified in the literature, the empirical results show that the relationship is significant but in the opposite direction. We can explain this by the fact that internet users who express their purchase decisions via the online community are those who approve of their beliefs of trust and reliability towards the company. They also have positive expectations of the company that it will succeed in ensuring the delivery of the products in good condition and in accordance with what has been described on its social network page.

The empirical results of our research are consistent with the literature (Ribbink et al., 2004; Park and Stoel, 2005). These works emphasized that satisfaction acts positively and significantly on trust. In this context this is explained by the fact that members of the online community only express their feelings of trust in the brand if they are really satisfied. To do this, the company must make efforts to win the trust of the customers by protecting their private data, ensuring the delivery of the selected articles according to the description indicated on the page of the social network, respecting the delivery deadlines, and offering good quality products.

V. CONCLUSIONS

We conducted an empirical study of a sample of 312 users from an online branding community. The results of our work have confirmed what has been mentioned in previous work regarding the impact of satisfaction on intention to purchase, the impact of consumer empowerment on trust, the impact of trust on the intention to purchase and the effect of satisfaction on trust. However, we have verified that consumer empowerment has no significant effect on satisfaction. It would therefore be interesting for the company to consider efforts to ensure the satisfaction of their customers by meeting their needs, offer promotional offers, provide a better quality of products and services, update the content of information by putting up recent publications and new information regarding the new offers that

will be available in the online community. This will help to strengthen the capacity of members to be more active and to exercise more control.

For Liu and Mattila (2017), the increase in consumer autonomy and control provided by the internet was often considered as a threat by managers because it was associated with less influence on purchasing behavior and greater customer volatility. Based on the empirical results of this work, we have found that the purchasing or non-purchasing decisions that are expressed by e-consumers are the ones that will determine their trust in the company. When the company offers the opportunity for members of its virtual community to exercise their power by collaborating with it, sharing their ideas, participating in the creation of content, this will increase their belief in the credibility of the company. Indeed, the identification of the consequences that result from empowerment and their impact on the intention to purchase allows the company to determine the way in which will help e-consumers to make their purchasing decisions. In addition, the development of an online community of participatory consumers who are committed to the brand is a powerful marketing tool that will help build stronger relationships between consumers and that in turn increases trust and brand loyalty. Marketers are advised to develop a sense of power and personalized messages to improve click rates and online shopping.

As future research paths, we propose to test our theoretical model on a wider sample of Internet users, to treat the effect of empowerment on other variables such as online experience towards brand, fidelity and to introduce moderating or mediating variables between the different relationships of our theoretical model.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makalenin tamamı Doç. Dr. Caner DİNCER tarafından kaleme alınmıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Akhavannasab, S., Dantas, D., Senecal, S. (2018). Consumer empowerment in consumer–firm relationships: Conceptual framework and implications for research. *Academy of Marketing Science Review* 8 (3–4): 214–227.
- Alegre C., Cladera M. (2009). Analyzing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return, *European Journal of Marketing*, 43, 5, 670-685.
- Allagui A., Temessek A. (2005). The loyalty of users of the services of an Internet portal: Proposal and testing of an integrator model. *Proceedings of the 4th International Congress on Marketing Trends in Europe*. 1-29, 5/8/2005.
- Anderson C., Galinsky A. (2006). Power, optimism, and risk-taking, *European Journal of Social Psychology*, 36, 511-536.
- Anderson R.E., Srinivasan S.S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework, *Psychology and Marketing*, 20, 2, 123-138.
- Arnould E., Price L. (2003). River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter, *Journal of Consumer Research*, 20, 24-45.

- Bagozzi R., Gopinath M., Nyer P. (1999). The role of emotions in marketing, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 2, 184-206.
- Belanche, D., Flavian, C., Pérez-Rueda, A. (2019). Consumer empowerment in interactive advertising and eWOM consequences: the PITRE model, *Journal of Marketing Communications*, 26, 1, 1-20.
- Berry L.L. (1995). Relationship marketing of services-growing interest, emerging Journal perspectives, *Academy of Marketing Science*, 23,4, 236-245.
- Bloemer J., Odekerken-Schröder G. (2002). Store satisfaction and store loyalty explained by customer- and store-related factors. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining. Behavior*, 15, 68-80.
- Brinol P., Petty R.E., Valle C., Rucker D.D. Becerra A. (2007) The effects of message recipients' power before and after persuasion: A self-validation analysis, *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 6, 1040-1053.
- Chouk I., Perrien J. (2005). La confiance du consommateur vis-à-vis d'un marchand internet : Proposition d'une échelle de mesure, *Revue Française du Marketing*, 205, 5-20.
- Cyril, S., Smith, B. J., Renzaho, A. (2016). Systematic review of empowerment measures in health promotion. *Health Promotion International* 31 (4): 809–826.
- Delafrooz N., Paim L., Khatibi A. (2011). Understanding consumer's internet purchase intention in Malaysia, *African Journal of Business Management*, 5,3,2837-2846.
- Del Bucchia C., Miltgen, C. L., Russell, C. A., Burlat, C. (2021) Empowerment as latent vulnerability in techno-mediated consumption journeys, *Journal of Business Research*, 124, 629-651,
- Deshpande R. (2002). Performance companies, *International Journal of Medical Marketing*, 2,3,225-232.
- Ellen J., Mark S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships, *Journal of Marketing*, 63, 2, 70-87.
- Elliot D. (2006). The evolution of the empowered consumer, *European Journal of Marketing*, 40,9,1106-1121.
- Fichbein F.M., Ajzen I. (1975) *Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research*. Don Mills: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fornell C., Larcker D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18-1, 39-50.
- Fournier S., Glen Mick D. (1999), Rediscovering satisfaction, *Journal of Marketing*, 63, 5-23.
- Ganesan S. (1994). Determinants of long-term orientation buyer-seller relationship, *Journal of Marketing*, 58,2,1-19.
- Garbarino, E., Johnson, M. (2015). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63. 10.2307/1251946.
- Geyskens I., Steenkamp J.B., Scheer L.K. Kumar N. (1996). The effects of trust and interdependence on relationship commitment: A transatlantic study, *International Journal of Research in Marketing*, 13,4,303-317.
- Gronroos C. (1996). Relationship marketing: strategic and tactical implications, *Management Decisions*, 34,5-14.
- Gurviez P., Korchia M. (2002). Proposition d'une échelle de mesure multidimensionnelle de la confiance dans la marque, *RAM*, 17,3,1-21.
- Ha S., Stoel L. (2012). Online apparel retailing: roles of e-shopping quality and experiential e-shopping motives. *Journal of Services Management*, 23,2,197-215.
- Hagel J. Armstrong A. G. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*, Harvard Business School Press Boston, MA, USA.
- Hajli N., Sims J. Z. A., Richard M. (2015). A social commerce investigation of the role of trust in a social networking site on purchase intentions, *Journal of Business Research*, 71, 133-141.
- Harrison D.A., Newman D.A., Roth P.L. (2006). How important are job attitudes? Meta-Analytic comparisons of integrative behavioral outcomes and time sequences, *Academy of Management Journal*, 49,2,5-325.

- Hennig-Thurau T., Kevin P.G., Dwayne D.G. (2002). Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Relationship benefits and Relationship Quality, *Journal of Services Research*, 4, 3, 230-247.
- Hsieh S. H., Crystal T. Lee, Timmy H. Tseng, (2022) Psychological empowerment and user satisfaction: Investigating the influences of online brand community participation, *Information & Management*, 59, 1,103570.
- Huffman C., Kahn. B. E. (1998). Variety for Sale: Mass Customization or Mass Confusion?, *Journal of Retailing*, 74, 491-513.
- Hunter L., Gurnefeld I. (2008). When does consumer empowerment lead to satisfied customers? Some mediating and moderating effects of the empowerment–satisfaction link, *Journal of Research for Consumer*, 15,1-14.
- Igalens, J., Roussel, P. (2009). A study of The Relationships between Compensation Package, Work Motivation and Job Satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 20, 1003-1025
- Jarvenpaa S.L., Tractinsky N., Saarinen L. (1999). Consumer trust in an Internet store: a cross-cultural validation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 5, 2, 1–33.
- Jeong M., Oh H., Gregoire M. (2003). Conceptualizing web site quality and its consequences in the lodging industry, *International Journal of Hospitality Management*, 22, 2,161-175.
- Khalifa M., Liu, V. (2007). Online consumer retention:contingent effects of online shopping habit and online shopping experience, *European Journal of Information Systems*, 16, 780– 792.
- Khong K.W., Onyemeh N.C., Chong A. (2013). BSEM estimation of network effect and customer orientation empowerment on trust in social media and network environment, *Expert Systems with Applications*, 40,4858-4870.
- Kim D.J., Ferrin D.L., Rao H.R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents, *Decision Support Systems*, 44,2,544-564.
- Kim S., Park H. (2013). Effects of various characteristics of social commerce on consumers' trust and trust performance. *International Journal of Information Management*, 33, 2, 318– 332.
- Kim S., Stoel L. (2017). Apparel retailers: website quality dimensions and satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* 011, 2, 109-117.
- Kozinets, R., Ferreira, D. A.; Chimenti, P. (2021) How Do Platforms Empower Consumers? Insights from the Affordances and Constraints of Reclame Aqui, *Journal of Consumer Research*, 48, 3, 428–455
- Labrecque L.I., Esche J., V.D., Mathwick C., Novak, T.P. Hofacker C.F. (2013). Consumer Power: Evolution in the Digital Age, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 27, 257-269.
- Lankton N.K., Wilson E.V., Mao E. (2010). Antecedents and determinants of information technology habit. *Information and Management*, 47,5,300-307.
- Ling, K., Lau, T. C., Piew, T. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention., *International Business Research*, 3. 10.
- Liu S.Q. Mattila. A. (2017). Airbnb: online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions, *International Journal of Hospitality Management*, 60,33-41.
- Liu, C., Bao, Z., Zheng, C. (2019). Exploring consumers' purchase intention in social commerce: an empirical study based on trust, argument quality, and social presence, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31, 2, 378-397.
- McKnight D.H., Choudhury V., Kacmar C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology, *Information Systems Research*, 13, 3, 334-359.
- Midha V. (2012).Impact of consumer empowerment on online trust: An examination across genders, *Decision Support Systems*, 54,198-205.
- Moon J., Kim Y. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context, *Information and Management*, 38, 217-230.
- Morgan R.M., Hunt S.D. (1994). The commitment-trust theory of of relationship marketing, *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Palmer A., Koenig-Lewis N. (2009). An experiential, social-network-based approach to direct marketing. *Direct Marketing an International Journal*, 3,3, 162-176.

- Park J., Stoel L. (2005). Effect of brand familiarity, experience and information on online apparel purchase, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 33, 2, 148-160.
- Perrien J., Ricard L., Graf R. (1999). Le défi du marketing relationnel, *RAM*, 14,3, 189-205.
- Pruche L. (2012). Empowerment du consommateur par internet : quelles conséquences pour la relation commerciale en point de vente, *Actes du Congrès de l'Association Française du Marketing*, 1-18.
- Pruche L. (2013). Internet et empowerment perçu du consommateur lors de l'achat d'un séjour touristique, *Actes du congrès de l'Association Française du Marketing*, 1-23.
- Pruche L., Bertrandias L., Vernet E. (2015) L'empowerment psychologique du consommateur par lors internet d'un achat de service, *31ème Congrès Annuel de l'Association Française de Marketing*, Marrakech, Palais des congrès Ryad Mogador, 1-20, 5/8/2015.
- Pu W.P., Chen K., Shieh M. (2015). The effect of co-design and flow experience on customer satisfaction and purchase intention online, *Business Management and Economics*, 3,4,59-66.
- Ramani G., Kumar V. (2008). Interaction orientation and firm performance. *Journal of Marketing*, 72, 27-45.
- Raza M.A., Siddiquei A.N., Awan H.M., Bukhari K. (2012). Relationship between service quality, perceived value, satisfaction and revisit intention in hotel industry, *Interdisciplinary Journal of Computer Research in Business*, 4, 8,788-805.
- Rezabakhsh B., Bornemann D., Hansen U., Schrader U. (2005). Consumer power: A comparison of the Old Economy and the Internet Economy, *Journal of Consumer Policy*, 29, 3-36.
- Ribbink D., Van Riel Allard C.R., Liljander V., Streukens S. (2004). Comfort your Online Customer: Quality, Trust, and Loyalty on the Internet, *Management Services Quality*, 14,6,446- 456.
- Richard L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response, *Journal of Consumer Research*, 20, 3, 418-430.
- Sirdeshmukh D., Singh J., Sabol B. (2002). Consumer trust, value and loyalty in relational exchanges, *Journal of Marketing*, 66, 1, 15-37.
- Sirieux L., Dubois P.L. (1999) Vers un modèle qualité-satisfaction intégrant la confiance?. *RAM*, 14, 3, 1-22.
- Smith, J. B., Barclay, W.B. (1997). The effects of organizational differences and trust on the effectiveness of selling partner relationships, *Journal of Marketing*, 61, pp. 3-21
- Spreitzer G. (1995). Psychological empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation, *Academy of Management Journal*, 38, 5, 1442-1465.
- Srinivasan S. S., Anderson R., Ponnayolu K. (2002). Customer Loyalty in E-commerce: An Exploration of its Antecedents and Consequences, *Journal of Retailing*, 27, 279-295.
- Toufaily E., Rajaobelina L., MathieuFallu J., Ricard,L., Graf R. (2009). Les caractéristiques relationnelles du site Web ont-elles un impact sur la confiance des clients en ligne?, *Revue Management et Avenir*, 2, 32, 192-209.
- Van Dyke T., MidhaV., Nemati H. (2007). The Effect of Consumer Privacy Empowerment on Trust and Privacy Concerns in E-Commerce, *Electronic Markets*, 17,1, 68-81.
- Wathieu L., Brenner L., Carmon Z., Chattopadhyay A., Drolet A., Gourville J., Muthukrishnan A.V., Novemsky N., Ratner R., Wertebroch K., Wu G. (2002). Consumer Control and Empowerment: A primer, *Marketing Letters*, 13, 3, 297-305.
- Winterich K.P., ZhangY. (2014). Accepting Inequality Deters Responsibility: How Power Distance Decreases Charitable Behavior, *Journal of Consumer Research*, 41, 2, 274-293.
- Yoon, Sung-Joon. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16, 47, 63.
- Zimmermann M.A. (1995). Psychological empowerment : Issues and illustrations, *American Journal of Consumer Psychology*, 23,5, 581-599.

Turizm Şirketlerinde İflas Olasılıkları ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*

Emrah ÖGET**

Ferudun KAYA***

ÖZ

Bu çalışmada BİST turizm endeksinde işlem gören şirketlerin iflas olasılıklarıyla hisse senedi kapanış fiyatları arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında öncelikle Altman'ın gelişmekte olan imalat dışı şirketlerin iflas olasılıklarını ortaya koymak için geliştirdiği Z skoru modeli ile Borsa İstanbul Turizm Endeksine dâhil olan dokuz şirketin 2012-2021 dönemine ilişkin Z skorları hesaplanmıştır. Daha sonra yıllık Z skorları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiler panel veri analizi ile incelenmiştir. Serilerin eğim katsayısı heterojenliğine sahip olması ve artıklarda yatay kesit bağımlılığının varlığı nedeni ile ikinci nesil birim kök ve eşbütünleşme analizleri kullanılmıştır. Son olarak nedensellik ilişkileri analiz edilmiştir. Sonuç olarak değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilememiştir. Z skorundan hisse senedi fiyatına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Altman Z skoru, panel eşbütünleşme, panel nedensellik, turizm sektörü
JEL Sınıflandırması: G11, G33, M21

Examination of the Relationship Between the Probability of Bankruptcy and Stock Prices in Tourism Companies

ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the relationship between the probability of bankruptcy and stock prices of companies traded in the BIST tourism index. For this purpose, the nine companies' bankruptcy probabilities included in the Borsa İstanbul Tourism Index were calculated with the Z-score model developed by Altman to reveal the bankruptcy possibilities of developing non-manufacturing companies, for the period 2012-2021. Then, the relationships between annual Z scores and stock prices were examined by panel data analysis. Second generation unit root and cointegration tests were used due to the heterogeneity of the slope coefficients of the series and the presence of cross-section dependence in the residuals. Finally, causality relationships were analyzed. As a result, no cointegration relationship was detected between the variables. A one-way causality relationship was found from Z score to stock price.

Key Words: Altman Z score, panel cointegration, panel causality, tourism industry
JEL Classification: G11, G33, M21

* Bu makale 17-18 Kasım 2022 tarihinde Aksaray-Kapadokya'da gerçekleştirilen 8th International Entrepreneurship Social Sciences Congress'te online olarak sunulmuş ve bildiri özet kitapçığında özet bildiri olarak yayımlanmıştır. Çalışma genişletilmiş ve eklemeler yapılarak geliştirilmiştir.

** Öğr. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, emrahoget@hotmail.com, ORCID Bilgisi: 0000-0002-7659-4357

*** Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, kayaferudun@gmail.com, ORCID Bilgisi: 0000-0002-8930-9711

(Makale Gönderim Tarihi: 19.01.2023 / Yayına Kabul Tarihi: 15.12.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1235597

Makale Türü: Araştırma Makalesi

GİRİŞ

Hisse senedi fiyat ve getirilerini etkileyen siyasi, politik, ekonomik, toplumsal vb. birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden birisi de şirkete özgü faktörlerdir. Şirketlerin finansal açıdan istikrarlı, likit ve karlı olması o şirkete yatırım yapmayı düşünen yatırımcılar için önem arz etmektedir. Şirketlerin finansal durumlarının kötü olması veya iflas olasılıklarının yüksek olması tüm tarafları olumsuz olarak etkileyecektir (Özyeşil, 2020: 175). Dolayısıyla şirkete özgü faktörlerin hisse senedi fiyatlarını etkileyeceği düşünülmektedir (Bayrakdaroğlu, 2012: 140; Ege ve Bayrakdaroğlu, 2009: 142). Bu konuda Tekin (2021: 781), yatırımcıların yatırım kararlarını vermeden önce bilgiye ihtiyaç duyduklarını ve şirkete özgü bilgiler olarak nitelendirilen bu bilgileri şirketlerin finansal raporlarından hesaplanan finansal oranlarla elde ettiklerini belirtmiştir.

Yatırımcıların dikkate alması gereken şirkete özgü bilgilerden birisi de şirketlerin iflas olasılıklarıdır (Apergis, 2011: 289; Tekin, 2021: 781). Bu olasılığın düşük olması şirketlerin finansal açıdan başarılı olarak görülmesini sağlarken yüksek olması ise finansal başarısızlık olarak nitelendirilebilmektedir. Şirketlerin iflas olasılıklarının hesaplanmasında bir dizi model geliştirilmiştir ancak literatürde en yaygın olarak kullanılan model şirketlerin finansal raporlarından elde edilen likidite, karlılık ve borçlanma oranlarının bir arada kullanılmasıyla geliştirilen Altman Z skorudur (Apergis, 2011: 289; Özyeşil, 2020: 175). Altman ilk defa çok değişkenli bir diskriminant analizi yöntemiyle 1968 yılında gelişmiş piyasalar için Z skoru modelini geliştirmiş ve daha sonra modelin imalat dışı ve gelişmekte olan piyasalar için uygulanabilir versiyonlarını ortaya koymuştur (Altman ve Hotchkiss, 2006).

Bu çalışmada BİST Turizm Endeksinde (XTRZM) yer alan şirketinin Z skorları ile hisse senedi kapanış fiyatları arasındaki ilişkiler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçları neticesinde Borsa İstanbul'da işlem gören turizm şirketleri için yatırımcıların yatırım kararlarını verirken Altman Z skorlarını kullanıp kullanmadıkları, diğer açıdan turizm şirketlerinin finansal açıdan başarılı olup olmamaları durumunun hisse senedi fiyatlarını etkileyip etkilemediği ortaya konulabilecektir. Çalışmada turizm şirketlerinin seçilmesinin ise iki kritik önemi bulunmaktadır. Bunlardan ilki sektörün istihdama katkısı, döviz girdisi sağlaması, yatırımcıları teşvik etme özelliği ve dış ticaret açıklarını azaltmadaki payı nedeniyle gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sektör olmasıdır (Özkurt ve Bilgir, 2022: 277). İkincisi ise konuyla ilgili incelenen benzer çalışmalarda turizm sektörüne yönelik olarak yapılan çalışmalara rastlanılmamış olmasıdır. Dolayısıyla bu çalışma Türkiye turizm sektörü için Altman Z skorlarının önemli bir rol oynayıp oynamadığı ortaya konularak literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde konuyla ilgili gerçekleştirilen benzer çalışmalara yer verilmiş, ikinci bölümde çalışmanın verilerine ve veri kaynaklarına değinilmiş, yöntem üçüncü bölümde açıklanmış ve dördüncü bölümde bulgulara yer verilmiştir. Sonuç kısmında çalışmanın sonuçlarına yer verilerek bundan sonra konuyla ilgili olarak gerçekleştirilecek benzer çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

I. LİTERATÜR

Literatürde şirketlerin finansal oranları ile hisse senedi getiri ve fiyatları arasındaki ilişkilerin sıklıkla araştırıldığı görülmektedir (Ege ve Bayrakdaroğlu, 2009; Birgili ve Düzer, 2010; Karaca ve Başçı, 2011; Öz vd., 2011; Aydemir vd., 2012; Bayrakdaroğlu, 2012; Say, 2022). Çalışmaların sonuçları farklı zaman, örneklem ve yöntemlere göre farklılık göstermekle birlikte genel olarak finansal oranlarla hisse senedi fiyat ve getirileri arasında ilişkilerin tespit edildiği görülmüştür.

Bu çalışmalar incelendiğinde; Ege ve Bayrakdaroğlu (2009), çalışmalarında 2004 yılında borsaya kote en büyük 30 şirkete ait 20 finansal oranı kullanmışlardır. Lojistik regresyon modelinin kullanıldığı çalışmada hisse senedi getirileri ile Fiyat/Kazanç, Nakit ve Toplam Varlıkların Devir Hızı oranlarının ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Birgili ve Düzer (2010), çalışmalarında borsaya kote 58 şirketin 2001-2006 yıllarına ait yıllık finansal raporlarını kullanarak likidite oranlarını, mali yapı oranlarını, varlık kullanım oranlarını, kârlılık oranlarını ve borsa performans oranlarını hesaplamışlar ve bu oranlarla şirket değeri arasındaki ilişkileri panel veri analizi ile incelemişlerdir. Sonuç olarak likidite, mali yapı ve borsa performans oranlarının şirket değeri üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Karaca ve Başçı (2011), borsaya kote en büyük 14 şirketin 2001-2009 yıllarına ilişkin yıllık finansal raporlarını kullanarak 17 farklı finansal oran hesaplamışlardır. Sonuç olarak net kar marjı, esas faaliyet kar marjı, varlıkların devir hızı ve özsermaye devir hızı oranlarıyla hisse senedi kapanış fiyatlarının ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Öz vd. (2011), borsaya kote en büyük 30 şirketin 2005 ve 2006 yıllarına ilişkin finansal raporlarını kullanarak diskriminant analizi yardımıyla 2007 yılındaki hisse senedi getirilerini tahmin etmede hangi finansal oranların tutarlı olduğunu incelemişlerdir. Sonuç olarak hisse senedi getirilerini tahmin etmede şirketlerin bir yıl önceki faaliyet devir hızları ve kaldıraç oranlarının ve şirketlerin iki yıl önceki faaliyet devir hızı, kaldıraç ve likidite oranlarının istatistiksel olarak anlamlı olduklarını bulmuşlardır. Aydemir vd. (2012), borsaya kote 73 imalat şirketinin 1990-2009 yıllarına ilişkin finansal raporlarını kullanarak her şirkete ilişkin karlılık, likidite, borçluluk ve faaliyet oranlarını hesaplamışlardır. Panel veri analizi sonucunda hesaplanan oranlardan kârlılık ve likidite oranlarının hisse senedi getirileri üzerinde pozitif etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Say (2022), çalışmasında Borsa İstanbul'da işlem gören 18 gıda şirketinin yıllık finansal raporlarını kullanarak altı finansal oran hesaplamış ve hisse senedi fiyatlarının yıllık ortalamaları ile finansal oranlar arasındaki ilişkiyi çoklu regresyon analizi ile incelemiştir. Sonuç olarak Nakit Oranı, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı ve Duran Varlık Devir Hızının şirketlerin hisse senedi fiyatlarını etkilediğini ortaya koymuştur.

Literatürdeki bu sonuçların aksine Bayrakdaroğlu (2012), borsaya kote 96 imalat sanayi şirketinin 1998-2007 yıllarına ait 10'ar yıllık finansal raporlarından elde edilen çeşitli 15 rasyo ile hisse senedi fiyatlarının geometrik ortalamalarını kullanarak panel lojistik regresyon analizi gerçekleştirmiş ve sonuç olarak incelenen performans ölçütlerinin hisse senedi fiyatlarını açıklama gücünün

oldukça düşük olduğunu ortaya koymuştur. Farklı bir bakış açısı ile gerçekleştirilen benzer bir çalışmada Kurtaran Çelik (2011), 1998-2008 dönemine ilişkin verileri kullanarak borsaya kote şirketleri finansal başarılarına göre gruplandırmıştır. Tespit edilen 178 başarılı ve 136 başarısız şirketin aylık hisse senedi getirilerinde bir farklılık olup olmadığını Mann-Whitney U testi ile araştırmış, ancak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Altman'ın gelişmiş piyasalarda finansal başarı/başarısızlığı veya temerrüt olasılıklarını ölçmek için 1968 yılında diskriminant analizi ile ortaya koyduğu ve daha sonra gelişmekte olan ve imalat dışındaki işletmeler için geliştirdiği Z skoru modelleri de gerek şirketlerin iflas olasılıklarının belirlenmesinde gerekse iflas olasılıkları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkilerin araştırılmasında sıklıkla kullanılmaktadır. Bu çalışmalar farklı ülke ve zamanlarda farklı analiz teknikleriyle gerçekleştirilmiş olsalar da genel olarak Altman Z skorları ile hisse senedi fiyat ve getirilerinin ilişkili olduğu sonucu ortaya konulmuştur (Apergis vd., 2011; Zhao, 2015; Özyeşil, 2020; Tekin, 2021; Karaca ve Çonkar, 2022; Kurniasih, vd., 2022). Bu çalışmalara bakıldığında; Apergis vd. (2011), çalışmalarında 2003-2009 yıllarına ait yıllık verileri kullanarak Londra borsasından 279, Frankfurt borsasından 193 ve Paris borsasından 197 şirketin Altman Z skorlarını hesaplamışlardır. Daha sonra Altman Z skorları ve hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemek için Pedroni (1999) panel eşbütünleşme testi gerçekleştirmişler ve değişkenler arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu ortaya koymuşlardır. Uzun dönemli ilişkinin katsayılarını dinamik en küçük kareler yöntemi (DOLS) ile tahmin etmişler ve düşük Altman Z skorlarıyla düşük hisse senedi fiyatlarının ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Son olarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemek için Pesaran, Shin ve Smith (1999) tarafından geliştirilen Pooled Mean Group (PMG) testini kullanmışlar ve hata düzeltme katsayılarının anlamlı ve negatif olduğunu, dolayısıyla karşılıklı nedensellik ilişkilerinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Zhao (2015), öncelikle ABD bilgisayar sektöründeki üç büyük şirketin 2004-2014 yıllarına ilişkin yıllık finansal raporlarını kullanarak Altman Z skorlarını hesaplamıştır. Daha sonra Z skorları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkileri doğrusal regresyon modeli yardımıyla tahmin etmiş ve sonuç olarak yüksek Z skorunun veya düşük finansal sıkıntının daha yüksek hisse senedi fiyatları ile ilişkili olduğu ortaya koymuştur. Özyeşil (2020), Borsa İstanbul 30 endeksinde yer alan ve finansal olmayan 23 şirketin 2015-2018 yıllarına ilişkin finansal raporlarını kullanarak Altman Z skorlarını hesaplamış ve şirketlerin yıllık hisse senedi getirileriyle Altman Z skorları arasındaki ilişkiyi grafikler yardımıyla incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre Altman Z skoru en yüksek olan şirketlerin hisse senedi fiyat performansı Altman Z skoru en düşük olan şirketlerin hisse senedi fiyat performansından daha yüksek olarak tespit edilmiştir. Tekin (2021), çalışmasında Borsa İstanbul'da işlem gören 12 teknoloji şirketinin 2010-2019 yıllarına ait çeyrek dönemlik finansal raporlarını kullanarak Altman Z skorlarını hesaplamıştır. Çalışmada Pedroni ve Kao eşbütünleşme testi ve Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak değişkenler arasında uzun dönemli ilişki ortaya konulmuştur. Karaca

ve Çonkar (2022), Borsa İstanbul sürdürülebilirlik endeksinde yer alan işletmelerin 2011-2020 yıllarına ait yıllık finansal raporlarını kullanarak Altman Z skorlarını hesaplamışlar ve Z skorlarının hisse senedi getirilerine etkisini araştırmışlardır. Analiz sonucunda işletmelerin finansal riskleri azaldıkça hisse senedi getiri oranlarının arttığını tespit etmişlerdir. Bu çalışmaların aksine Afrin (2014), çalışmasında öncelikle Dakka Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören yedi çimento şirketinin yıllık finansal raporlarını kullanarak 2004-2015 yıllarına ait 12'şer yıllık Altman Z skorlarını ve şirketlere ait hisse senetlerinin sektör ortalamalarının üzerindeki getirilerini hesaplamıştır. Daha sonra yüksek ve düşük Z skoruna sahip şirketlerin ortalama getirilerini karşılaştırmak için bağımsız örnekler t testi uygulanmıştır. Sonuç olarak şirketlerin piyasa performansının değerlendirilmesinde ve tahmin edilmesinde Altman Z skor modelinin Bangladeş'teki çimento sektörü için anlamlı bir rol oynamadığı tespit edilmiştir. Kurniasih vd. (2022), Endonezya borsasında işlem gören kağıt hamuru ve kağıt şirketlerinin Altman Z skorlarıyla hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkileri incelemek için 2013-2019 dönemine ilişkin yıllık verileri kullanmışlardır. Yıllık hisse senedi fiyatlarını temsil etmek için günlük hisse senedi fiyat ortalamalarının kullanıldığı çalışmada panel veri analizi gerçekleştirilmiş ve sonuç olarak Z skorunun hisse senedi fiyatlarını etkilediği ortaya konulmuştur.

II. VERİLER

Çalışmada XTRZM endeksinde yer alan şirketlerin 2012-2021 yıllarına ilişkin 10'ar yıllık finansal raporları ve günlük hisse senedi kapanış fiyat ortalamalarının doğal logaritmaları kullanılmıştır. Turizm şirketleri için olası mevsimsel etkinin elimine edilmesi, yıllık bilançoların bağımsız denetime tabii olması nedeniyle daha güvenilir olması ve literatürde yer alan benzer çalışmaların büyük bir kısmının yıllık veriler kullanılarak gerçekleştirilmesi bu çalışmanın yıllık verilerle gerçekleştirilmesini motive etmiştir. Şirket finansal raporları Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndan (KAP) <https://www.kap.org.tr/tr/> elde edilmiştir. Şirketlerin hisse senedi kapanış fiyatları <https://tr.investing.com/> adresinden sağlanmıştır. Şirketlere ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışma Kapsamında Yer Alan Şirketler

Kod	Şirket Ünvanı
AYCES	Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.
AVTUR	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
ETILR	Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.
MAALT	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.
MARTI	Martı Otel İşletmeleri A.Ş.
MERIT	Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.
PKENT	Petrokent Turizm A.Ş.
TEKTU	Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
ULAS	Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.

Kaynak: Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) (t.y.). Finansal Tablolar [Veri]. Erişim Adresi: <https://www.kap.org.tr/tr/> Erişim Adresi: 02.07.2022

III. YÖNTEM

Çalışmada ilk olarak Borsa İstanbul'da yer alan dokuz turizm şirketinin yıllık bilançoları kullanılarak Altman Z skorları hesaplanmış ve Kurniasih vd. (2022) takip edilerek şirketlerin günlük hisse senedi kapanış fiyatlarının

ortalamaları alınarak yıllık hisse senedi fiyat serileri oluşturulmuştur. Daha sonra seriler panel veri analizi için düzenlenerek Stata 16 paket programı ile analiz edilmiştir. Çalışmamızın genel çerçevesini oluşturan panel regresyon modeli eşitlik (1)'de gösterilmiştir.

$$P_{it} = a + \beta Z_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Burada P , bağımlı değişken olarak hisse senedi kapanış fiyatını; a , sabiti; β , eğim katsayısını; Z , Altman Z skorunu ve ε , hata terimleri vektörünü göstermektedir. i modelde yer alan her bir şirketi ($i= 1,2,3,\dots,9$) ve t ise her şirkete ait zaman boyutunu ($t= 1,2,3,\dots,10$) ifade etmektedir.

Altman Z Skoru Modeli

Altman (1968), iflas başvurusunda bulunan 33 şirket ve varlığını sürdüren 33 şirket olmak üzere 66 şirketin bilançolarından elde edilen çeşitli rasyolarla çok değişkenli bir diskriminant analizi modeli geliştirerek imalatçı şirketler için iflas olasılıklarını Z skorları ismini verdiği bir değer ile hesaplamış ve iflası doğru tahmin etmede modelin %94 bir başarı ile çalıştığını belirtmiştir (Altman, 1968; 609). Ancak Altman tarafından geliştirilen bu modelde diskriminant modeli bileşenleri içerisinde özkaynakların piyasa değeri yer aldığı için bu model yalnızca halka açık şirketler için kullanılabilir ve orijinal model eşitlik (2)'de gösterilmiştir (Altman, 1968; 594);

$$Z = 0,12(X_1) + 0,14(X_2) + 0,33(X_3) + 0,06(X_4) + 0,999(X_5) \quad (2)$$

burada X_1 : İşletme sermayesi/ Toplam varlıklar

X_2 : Dağıtılmamış karlar/ Toplam varlıklar

X_3 : Faiz vergi öncesi karlar/ Toplam varlıklar

X_4 : Özkaynak piyasa değeri / Toplam borcun defter değeri

X_5 : Satışlar / Toplam varlıklar

Z: Genel endeks

Ayrıca model, imalat sektöründeki şirketler için geliştirildiğinden dolayı imalat dışı sektörler açısından uygun bulunmamaktadır. Altman bu eksikliği gidermek için orijinal modele alternatif yeni modeller ortaya koyarak modelin halka açık olmayan imalat dışı gelişmekte olan piyasalar içinde kullanılabilirliğini olanaklı hale getirmiştir. Bu çalışmada şirketlerin finansal başarılarının hesaplanmasında imalat dışı gelişmekte olan piyasalar için önerilen Z skoru hesaplama modeli kullanılmıştır ve eşitlik (3)'de gösterilmiştir (Altman ve Hotchkiss, 2006; 265-268);

$$Z = 6,56(X_1) + 3,26(X_2) + 6,72(X_3) + 1,05(X_4) \quad (3)$$

burada X_1 : İşletme sermayesi/ Toplam varlıklar

X_2 : Dağıtılmamış karlar/ Toplam varlıklar

X_3 : Faaliyet gelirleri/ Toplam varlıklar

X_4 : Özkaynak defter değeri/ Toplam yükümlülükler olarak tanımlanmaktadır.

Hesaplamalar sonucu elde edilen Z skorlarına bakılarak şirketlerin finansal başarıları hakkında yorum yapılabilmekte ve iflas riski taşıyıp taşımadıklarına karar verilmektedir. Buna göre eğer;

$Z > 2,6$ ise şirketin güvenli bölgede,

$1,1 < Z < 2,6$ ise şirketin gri bölgede ve $Z < 1,1$ ise şirketin tehlikeli bölgede olduğuna karar verilmektedir.

Burada unutulmaması gereken önemli bir husus Altman Z skorunda kullanılan ağırlıkların her ülke örneği için farklılık gösterebileceğidir. Aynı durum Z skoruna göre güvenli ve güvenli olmayan bölgelerin belirlenmesi içinde geçerlidir. Ancak bu çalışmada şirketler güvenli bölgede olup olmadıklarına göre ayrılmayacak, Z skoru değerlerinin hisse senedi fiyatlarını etkileyip etkilemediği araştırılacaktır. Bu nedenle şirketlerin güvenli bölgede olup olmadıkları bu çalışmanın sonuçları açısından önemsizdir.

Çalışmada Borsa İstanbul'da yer alan dokuz Turizm şirketinin 2012-2021 yıllarına ait 10'ar yıllık bilançoları esas alınarak X_1 , X_2 , X_3 ve X_4 'ün hesaplanmasında eşitlik (4), (5), (6) ve (7)'deki işlemler gerçekleştirilmiştir.

$$X_1 = \frac{\text{Toplam Dönen Varlıklar} - \text{Toplam Kısa Vadeli Yükümlülükler}}{\text{Toplam Varlıklar}} \quad (4)$$

$$X_2 = \frac{\text{Geçmiş Yıllar Karları veya Zararları}}{\text{Toplam Varlıklar}} \quad (5)$$

Geçmiş faaliyet dönemlerinde ortaya çıkan ancak işletme ortaklarına dağıtılmamış olan karlardan yedek hesaplarına aktarılmayan tutarlar geçmiş yıl karları olarak ve geçmiş dönemlerde ortaya çıkan net zararlar da geçmiş yıl zararları olarak ifade edilmektedir (Coşkun, 2021; 92-93). Bu hesaplarda biriken tutarlar dağıtılmadıkları sürece kümülatif olarak birikmekte ve bir sonraki döneme aktarılmaktadırlar. Dolayısıyla çalışmamızda dağıtılmamış karların hesaplanabilmesi için şirket bilançolarında *Geçmiş Yıllar Karları veya Zararları* hesaplarında yer alan tutarlar kullanılmıştır.

$$X_3 = \frac{\text{Finansman Geliri (Gideri) Öncesi Faaliyet Karı (Zararı)}}{\text{Toplam Varlıklar}} \quad (6)$$

$$X_4 = \frac{\text{Toplam Özkaynaklar}}{\text{Toplam Yükümlülükler}} \quad (7)$$

Homojenlik Testi

Altman Z skorları hesaplandıktan sonra panel veri modelimiz için eğim katsayılarının homojenliği delta ve düzeltilmiş delta testleri ile sınanmıştır. Pesaran ve Yamagata (2008; 54), Swamy (1970) eğim homojenliği testinin $N < T$ olan panel veri modelleri için uygun olduğunu belirterek değiştirilmiş bir versiyonunu ortaya koymuşlar ve büyük örnekler ve küçük örnekler için delta ve düzeltilmiş delta testi olarak isimlendirmişlerdir. Delta ve düzeltilmiş delta testi istatistikleri eşitlik (8) ve (9)'da gösterilmiştir (Pesaran ve Yamagata, 2008; 56-58);

$$\hat{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \hat{S} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (8)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S}_2 - k_2}{\sqrt{\text{Var}(\tilde{z}_{iT})}} \right) \quad (9)$$

$k \times 1$ vektörlü eğim katsayısı β 'nin homojenliğinin sınanması için oluşturulan hipotezler aşağıda gösterilmiştir (Pesaran ve Yamagata, 2008; 52);

$H_0: \beta_i = \beta$ tüm i değerleri için (eğim katsayıları homojendir)

$H_1: \beta_i \neq \beta_j$ $i \neq j$ için ikili eğimlerin sıfır olmayan bir fraktalı için (Eğim katsayıları homojen değildir).

Yatay Kesit Bağımlılığı

Panel veri analizinin yapıldığı çalışmalarda önemli konulardan biri de paneli oluşturan yatay kesitlerin (bu çalışmada şirketler yatay kesiti oluşturmaktadır) birbirinden bağımsız olmasının gerekliliğidir. Eğim katsayılarının homojenlikleri sılandıktan sonra yatay kesit bağımlılığının test edilmesi için Pesaran (2004: 9) tarafından önerilen CD testi kullanılmıştır ve test istatistikleri eşitlik (10)'da gösterilmiştir;

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij} \right)} \rightarrow N(0,1) \quad (10)$$

Burada $\hat{\rho}_{ij}$, artıkların ikili korelasyonunun tahminidir. Pesaran (2004: 9), CD testinin, sonsuza giden N ve T için geçerli olduğunu, $T > k + 1$ ve N için CD'nin ortalaması tam olarak sıfıra eşit olduğundan, testin küçük örnekler için kullanılabilmesini belirtmişlerdir.

Birim Kök Testi

Çalışmada şirketlere ait Z skorlarının ve ortalama hisse senedi fiyatlarının durağanlığının sınanması için CİPS (Cross-sectionally Augmented IPS) testi kullanılmıştır. CİPS testi Pesaran (2007) tarafından geliştirilmiştir ve CADF (Cross-sectionally Augmented DF) test istatistiği değerlerinin aritmetik ortalamaları alınarak oluşturulmaktadır. Heterojen bir panel veri modeli için t anında i . kesit birimi üzerindeki gözlem y_{it} eşitlik (11)'deki gibi ele alınmış olsun (Pesaran, 2007: 268);

$$y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i y_{i,t-1} + u_{it}, \quad i = 1, \dots, N; t = 1, \dots, T \quad (11)$$

Burada i kesit birimini ve t zamanı gösterirken hata terimi u_{it} , tek faktörlü bir yapıya sahiptir ve eşitlik (12)'deki gibi ifade edilebilir;

$$u_{it} = \gamma_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (12)$$

Dolayısıyla CADF testinde hata teriminin, gözlemlenemeyen ortak bir etki f_t ve her seriye özgü özel hata ε_{it} olmak üzere iki kısımdan meydana geldiği varsayılmaktadır. Eşitlik (11) ve (12) birleştirilerek eşitlik (13) elde edilebilir;

$$\Delta y_{it} = a_i + \beta_i y_{i,t-1} + \gamma_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (13)$$

Burada $a_i = (1 - \phi_i)\mu_i$, $\beta_i = -(1 - \phi_i)$ ve $\Delta y_{it} = y_{it} - y_{i,t-1}$ olarak gösterilmiştir. Bu durumda birim kök hipotezi $\phi_i = 1$ aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

$H_0: \beta_i = 0$ tüm i birimleri için (seri durağan değildir)

$H_1: \beta_i < 0, i = 1, 2, \dots, N_1; \beta_i = 0, i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N$ (seri durağandır)

Pesaran (2007: 269), birim kök hipotezi testini eşitlik (14)'te gösterilen kesitsel olarak artırılmış DF (CADF) regresyonunda b_i 'nin en küçük kareler (EKK) tahmini \hat{b}_i 'nin t-oranına dayandırmıştır;

$$\Delta y_{it} = a_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i \Delta y_t + e_{it} \quad (14)$$

Burada \bar{y}_t , y_{it} 'nin enine kesit ortalaması olup $N^{-1} \sum_{j=1}^N y_{jt}$ olarak hesaplanmaktadır ve gecikmeli değerleri $\bar{y}_{t-1}, \bar{y}_{t-2}, \dots, \bar{y}_{t-n}$ olarak temsil edilmektedir. \hat{b}_i 'nin t-oranı, $t_i(N, T)$ olarak tanımlanmaktadır ve i için CADF istatistiği olarak isimlendirilmektedir. CIPS istatistiği, CADF regresyonunda $y_{i,t-1}$ 'in EKK katsayısının (\hat{b}_i) t-oranının kesit ortalaması olarak ifade edilmektedir (Pesaran, 2007: 298) ve CIPS test istatistikleri eşitlik (15)'te gösterilmiştir (Pesaran, 2007: 276);

$$CIPS(N, T) = t \text{ bar} = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_i(N, T) \quad (15)$$

Pesaran (2007: 293), CIPS testinin hem $N > T$ hem de $T > N$ panel tipleri için de uygulanabilir olduğunu belirtmiştir.

Eşbütünleşme Testi

Çalışmada Westerlund (2007) tarafından geliştirilen dört hata düzeltme tabanlı eşbütünleşme sınaması gerçekleştirilmiştir. Westerlund (2007) tarafından önerilen dört testin tamamı normal olarak dağıtılmakta ve birime özgü kısa dönem dinamikleri, eğim parametrelerini ve yatay kesit bağımlılığını dikkate almaktadır. İki test panelin bir bütün olarak eşbütünleşik olup olmadığını test ederken diğer iki test ise en az bir birimin eşbütünleşik olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır. Eşbütünleşme ilişkisinin yokluğunu gösteren sıfır hipotezi; $H_0: a_i = 0$ tüm i değerleri için şeklinde gösterilmektedir (Persyn ve Westerlund, 2008: 232-233).

Grup ortalama testleri (16) ve (17)'deki eşitlik yardımıyla ve panel eşbütünleşme testleri (18)'deki eşitlik yardımıyla elde edilmektedir (Persyn ve Westerlund, 2008: 234-235);

$$G_T = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\hat{a}_i}{SE(\hat{a}_i)} \quad (16)$$

$$G_a = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{T \hat{a}_i}{\hat{a}_i(1)} \quad (17)$$

$$P_T = \frac{\hat{a}}{SE(\hat{a})}, \quad P_a = T \hat{a} \quad (18)$$

Nedensellik Analizi

Son olarak çalışmada Altman Z skorları ile ortalama hisse senedi fiyatları arasındaki nedensellik ilişkileri Dumitrescu ve Hurlin (2012) yöntemi ile test edilmiştir. Bu test Granger nedensellik testleri ile ilişkili bireysel Wald istatistiklerinin kesit ortalamalarına dayanmaktadır. T periyodunda N birim için

gözlemlenen iki durağan değişken x ve y için her birim $i=1, \dots, N$ ve zaman $t=1, \dots, T$ olmak üzere eşitlik (19)'daki lineer model oluşturulmuştur (Dumitrescu ve Hurlin, 2012: 1451);

$$y_{i,t} = a_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t}$$

Burada K , gecikme derecelerini temsil etmektedir. x 'in geçmiş değerinin y 'nin şimdiki değeri üzerindeki etkisini test etmek için paneldeki tüm değişkenler için nedenselliğin olmadığı gösteren sıfır hipotezi ve bazı değişkenler arasında nedenselliğin olabileceğini gösteren alternatif hipotez aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Dumitrescu ve Hurlin, 2012: 1453);

$$H_0: \beta_i = 0 \quad \forall i = 1, \dots, N \quad \text{with } \beta_i = (\beta_i^{(1)}, \dots, \beta_i^{(K)})$$

$$H_1: \beta_i = 0 \quad \forall i = 1, \dots, N_1 \\ \beta_i \neq 0 \quad \forall i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N$$

Dumitrescu ve Hurlin (2012: 1453), homojen serilerde sıfır hipotezinin test edilmesi için eşitlik (20)'de yer alan bireysel WALD istatistiklerinin ortalamasının kullanılmasını önermektedir;

$$W_{N,T}^{HNC} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_{i,T}$$

Dumitrescu ve Hurlin (2012: 1459), kesit bağımsızlığı varsayımı altında, $W_{N,T}^{HNC}$ istatistiğinin T ve N ardışık olarak sonsuza doğru eğilim gösterdiğinde standart bir normal dağılıma yakınsadığını ifade etmişlerdir. Sıfır hipotezinin test edilmesi standart normal Z dağılımına dayanmaktadır. $T, N \rightarrow \infty$ olduğunda eşitlik (21)'de gösterilen asimptotik dağılıma sahip $Z_{N,T}^{HNC}$ istatistiğinin, $N \rightarrow \infty$ için ise eşitlik (22)'de gösterilen yarı asimptotik dağılıma sahip Z_N^{HNC} istatistiğinin kullanılması önerilmektedir (Dumitrescu ve Hurlin, 2012: 1454);

$$Z_{N,T}^{HNC} = \sqrt{\frac{N}{2K}} (W_{N,T}^{HNC} - K) \quad N(0,1)$$

$$Z_N^{HNC} = \frac{\sqrt{N[W_{N,T}^{HNC} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(W_{i,T})]}}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=1}^N \text{var}(W_{i,T})}} \quad N(0,1)$$

IV. BULGULAR

Turizm şirketlerine ilişkin Z skorları hesaplandıktan sonra seriler panel veri analizi için düzenlenmiştir. Daha sonra delta ve düzeltilmiş delta testi, yatay kesit bağımlılığı testi, birim kök testi, eşbütünleşme ve nedensellik analizleri gerçekleştirilerek elde edilen bulgular bu kısımda gösterilmiştir. Tablo 2'de modelimize ilişkin homojenlik testi bulguları gösterilmiştir.

Tablo 2: Delta ve Düzeltilmiş Delta Testine İlişkin Bulgular

	Delta	p-değeri
$\hat{\Delta}$	1,002	0,316
$\hat{\Delta}_{adj}$	1,197	0,231

Tablo 2’den de görüleceği üzere olasılık değeri p, her iki test istatistiği için de 0,05’ten büyüktür. Dolayısıyla sıfır hipotezi reddedilememektedir. Bu sonuçlar modelimizde kullanılan değişkenlerin eğim katsayılarının homojen olduğunu göstermektedir. Tablo 3’te modelimize ilişkin yatay kesit bağımlılığı bulguları gösterilmiştir.

Tablo 3: Yatay Kesit Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Değişkenler	CD-Test	p-değeri
LnHisse	10,37	0,000
Zskor	2,06	0,039

Tablo 3 incelendiğinde her iki değişken için de olasılık değerlerinin 0,05’ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sıfır hipotezi reddedilmiştir ve modelde kullanılan değişkenler için yatay kesit bağımlılığının varlığını gösteren alternatif hipotez kabul edilmiştir. Birim kök testine ilişkin bulgular Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4 Birim Kök Testine İlişkin Bulgular

Değişkenler	Trendsiz model I(0)		Değişkenler	Trendsiz model I(I)	
	Zt-bar	p-değeri		Zt-bar	p-değeri
LnHisse	-1.094	0.137	LnHisse	-1.703*	0.044
Zskor	-0.486	0.313	Zskor	-2.349**	0.009
Değişkenler	Trendli model I(0)		Değişkenler	Trendli model I(I)	
	Zt-bar	p-değeri		Zt-bar	p-değeri
LnHisse	1.114	0.867	LnHisse	-1.915*	0.028
Zskor	-0.490	0.312	Zskor	-0.485	0.314

Not: * ve ** sırasıyla %5 ve %1 güven seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 4’te değişkenlerin hem trendli model hem de trendsiz model için seviyede I(0) durağan olmadığı görülmektedir. Değişkenlerin birinci farklarına I(I) ilişkin birim kök testi bulguları incelendiğinde trendsiz model için LnHisse değişkeninin %5 güven seviyesinde, Zskor değişkeninin ise %1 güven seviyesinde durağan olduğu, ancak trendli modelde Zskor değişkeninin birim kök içerdiği görülmektedir. Z skorları trend içermediği için trendsiz model varsayımları altında değişkenlerin birinci farklarında durağan olduğu kabul edilmiştir. Westerlun (2007) eşbütünleşme testlerine ilişkin bulgular Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Eşbütünleşme Testlerine İlişkin Bulgular

İstatistik	Değer	Z-Değeri	p-değeri
G_T	-0.267	2.045	0.980
G_a	-0.527	2.160	0.985
P_T	1.208	2.347	0.991
P_a	0.418	1.497	0.933

Tablo 5’ten de görüleceği üzere dört test istatistiği için de olasılık değerleri 0,05’ten büyüktür. Bu durumda eşbütünleşme ilişkisinin yokluğunu gösteren sıfır hipotezi reddedilememektedir. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Granger nedensellik analizine ilişkin bulgular Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Granger Nedensellik Analizine İlişkin Bulgular

Sıfır Hipotezi	$W_{N,T}^{HNC}$	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}
$Zskor \neq LnHisse$	2.2260	2.6007 (0.0093)	0.6494 (0.5161)
$LnHisse \neq Zskor$	1.4431	0.9399 (0.3472)	-0.0509 (0.9594)

Not: Parantez içindeki değerler p olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 6 incelendiğinde Z skorundan hisse senedi fiyatlarına doğru $Z_{N,T}^{HNC}$ istatistiğinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle sıfır hipotezi reddedilmektedir. Ancak diğer tüm durumlar için olasılık değerinin 0,05'ten büyük olması sıfır hipotezinin kabul edilmesini gerektirmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada BİST Turizm endeksine dâhil işletmelerin Z skorları hesaplanarak, hesaplanan Z skorları ile ilgili şirketlerin hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiler panel veri analizi ile incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle panel veri modelinin homojenliği ve yatay kesit bağımlılığı sınanmış ve yatay kesit bağımlılığının varlığı nedeniyle ikinci nesil birim kök ve eşbütünleşme testleri uygulanmıştır. Son olarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkileri incelenmiştir.

Yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci nesil eşbütünleşme analizi sonuçlarına göre literatürdeki benzer çalışmalarının çoğunun aksine değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisi kurulamamış ve nedensellik analizi sonucunda Altman Z skorlarından hisse senedi fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Dolayısıyla Altman Z skoru modelinin BİST Turizm Endeksinde yer alan şirketler için uzun dönemde geçersiz olduğu ortaya konulmuştur. Nedensellik analizi sonuçlarına göre Z skorları yatırımcılara kısa dönem için fikir verebilir. Bu bulgular neticesinde Türkiye turizm sektöründe yaşanan finansal şokların dış ilişkilere ve salgın hastalıklara bağlı olarak kısa süreli olduğu ve yatırımcıların uzun vadede sektöre güvenerek bu şokları önemsemediği çıkarımı yapılabilmektedir. Bu çalışmada şirketler başarılı ve başarısız olarak gruplandırılmamış, yalnızca Z skorları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiler irdelenmiştir. Bundan sonra konuyla ilgili olarak yapılacak olan çalışmalarda turizm sektöründe yer alan şirketler, Altman Z skorlarına göre başarılı ve başarısız olarak gruplandırılarak iki gruptaki şirketlerin hisse senedi fiyat performanslarının birbirinden farklı olup olmadığının araştırılması önerilmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarların herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Afrin, R. (2014). Analysing the potential of Altman's Z-Score for prediction of market performance and share returns – A case study of the cement industry in Bangladesh. *The AUST Journal of Science and Technology*, 6(1-2), 1-16. Erişim Adresi: http://www1.aust.edu/publication/aust_journal_v6i1_2.htm
- Altman, E. I. (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy, *The Journal of Finance*, 23(4), 589-609. Doi: 10.2307/2978933.
- Altman, E. I. ve Hotchkiss, E. (2006). Corporate financial distress and bankruptcy (Third Edition) New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Apergis, N., Sorros, J., Artikis, P. ve Zisis, V. (2011). Bankruptcy probability and stock prices: The effect of Altman Z-Score information on stock prices through panel data, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7(7), 689-696. Erişim Adresi: <https://www.academia.edu/3042826>
- Aydemir, O., Ögel, S. ve Demirtaş, G. (2012). Hisse senetleri fiyatlarının belirlenmesinde finansal oranların rolü. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 19 (2), 277-288. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13697/165786>
- Bayrakdaroğlu, A. (2012). Performans Ölçütlerinin Hisse Senedi Getirilerini Açıklayabilme Gücü Üzerine Ampirik Bir Çalışma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 0(53), 139-157. Erişim Adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRZNU56VXINZz09>
- Birgili, E. ve Düzer, M. (2010). Finansal analizde kullanılan oranlar ve firma değeri ilişkisi: İMKB'de bir uygulama, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, 74-83. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35625/395935>
- Coşkun, A. (2021). Genel Muhasebe 2 Uygulamaları, Ankara: Iksad Publications.
- Dumitrescu, E. and Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.02.014>
- Ege, İ. ve Bayrakdaroğlu, A. (2009). İMKB şirketlerinin hisse senedi getiri başarılarının lojistik regresyon tekniği ile analizi, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (10), 139-158. Erişim Adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423937120.pdf>
- Investing (t.y.) Hisse senedi geçmiş fiyatları [Veri]. Erişim Adresi: <https://tr.investing.com/> Erişim Tarihi: 10.07.2022
- Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) (t.y.). Finansal Tablolar [Veri]. Erişim Adresi: <https://www.kap.org.tr/tr/> Erişim Adresi: 02.07.2022
- Karaca, S. S. ve Başcı, E. S. (2011). Hisse senedi performansını etkileyen rasyolar ve İMKB 30 endeksinde 2001-2009 dönemi panel veri analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), 337-347. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduibfd/issue/20823/222918>
- Karaca, S. ve Çonkar, K. (2022). The effect of financial risks of companies listed in the b1st sustainability index on stock prices, *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9 (1), 107-125. Doi: 10.47097/piar.1114136.
- Kurniasih, A., Helianton, Sumarto, A. H. ve Efni, Y. (2022). Impact of financial distress on stock price: The case of pulp & paper companies registered in Indonesia Stock Exchange. *Business and Finance Journal*, 7(2), 141-154. Doi: <https://doi.org/10.33086/bfj.v7i2.2976>
- Kurtalan Çelik, M. (2011). Finansal olarak başarılı ve başarısız firmaların borsa performanslarının karşılaştırılması: İMKB Örneği, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 0 (2), 7-16. Erişim Adresi: https://www.ktu.edu.tr/dosyalar/sbedergisi_70685.pdf
- Öz, B., Ayriçay, Y. ve Kalkan, G. (2011). Finansal oranlarla hisse senedi getirilerinin tahmini: İMKB 30 endeksi hisse senetleri üzerine diskriminant analizi ile bir uygulama, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 51-64. Erişim Adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/TVRJeE16TXpNdz09>
- Özkurt, İ. C. ve Bilgir, B. (2022). Türkiye'de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL yaklaşımı. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 18(1), 277-303. Doi: 10.17130/ijmeh.960782.

- Özyeşil, M. (2020). A relationship between Altman's Z scores and stock price performance: A review on listed companies in Best-30 index, *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(2), 169-176. Doi: 10.14445/23939125/IJEMS-V7I2P125.
- Persyn, D. ve Westerlund, J. (2008). Error-correction-based cointegration tests for panel data, *The Stata Journal*, 8(2), 232-241. Doi: 10.1177/1536867X0800800205.
- Pesaran, M.H. (2004). General diagnostic tests for cross-sectional dependence in panels. Cesifo Working Paper No. 1229, 1-39. Available at: <https://www.cesifo.org/>
- Pesaran, M.H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence, *Journal of Applied Econometrics*, 22, 265-312. Doi: <https://doi.org/10.1002/jae.951>
- Pesaran, M.H. and Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels, *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2007.05.010>
- Say, S. (2022). Finansal oranlar ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Gıda sektöründe bir araştırma, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(1), 34-46. Doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.22.01.1703.
- Tekin, B. (2021). Finansal başarısızlık ve hisse senedi fiyatı ilişkisi: XUTEK endeksinde panel eşbütünleşme ve nedensellik analizleri, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 780-790. Doi: 10.29106/fesa.998198.
- Zhao, T. (2015). The relationship between Z-score and stock prices, Doi: 10.2139/ssrn.2595600.

SUMMARY

There are many political, economic, social factors etc. that affect stock prices and returns. One of these factors is company-specific factors. It is important for investors who are considering investing in that company that companies are financially stable, liquid and profitable. The bad financial situation of the companies or the high probability of bankruptcy will negatively affect all parties (Özyeşil, 2020: 175). Therefore, it is thought that company-specific factors will affect stock prices (Bayrakdaroğlu, 2012: 140; Ege and Bayrakdaroğlu, 2009: 142). On this subject, Tekin (2021: 781) stated that investors need information before making their investment decisions and that they obtain this information, which is defined as company-specific information, with the financial ratios calculated from the financial reports of the companies. One of the company-specific information that investors should consider is the possibility of companies probability of bankrupt (Apergis, 2011: 289; Tekin, 2021: 781). If this probability is low, it enables companies to be seen as financially successful, while its high probability can be described as financial failure. A number of models have been developed to calculate the bankruptcy probabilities of companies, but the most widely used model in the literature is the Altman Z score, which is developed by using the liquidity, profitability and debt ratios obtained from the financial reports of the companies (Apergis, 2011: 289; Özyeşil, 2020: 175).

Therefore, in this study, first of all, the probability of bankruptcy was calculated by using the financial reports of the companies included in the XTRZM index for the years 2012-2021. Then, the relationships between bankruptcy probabilities and stock prices were examined by panel data analysis. The delta tests suggested by Pesaran and Yamagata (2008) were used to test whether the series were homogeneous or not, the CD test recommended by Pesaran (2004) was used to test the cross-section dependence. According to the test results, it was deemed appropriate to perform the second generation unit root test and for this, the CIPS

test recommended by Pesaran (2007) was applied. Since it was decided that the cross-sections of the series are dependent, it was decided to use second-generation cointegration tests that take into account the cross-section dependence, and the cointegration analyzes recommended by Westerlund (2007) were carried out. Finally, causality relationships are examined. According to the results of the second generation cointegration analysis, which takes into account the cross-sectional dependence, a long-term equilibrium relationship could not be established between the variables, unlike most of the similar studies in the literature. As a result of the causality analysis, a one-way causality relationship from Altman Z scores to stock prices was determined.

Mobil İletişim Sektöründe Hizmet Tutsaklığı: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Kurumsal İmajının Etkisi

Mehtap ODABAŞ SARGIN*

Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU**

ÖZ

Tüketiciler günlük hayatta kısıtlandığı bir hizmet ilişkisine girdiğinde kendisini tutsak hissetmektedir. Hizmet pazarlamasında ele alınan algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj kavramlarının hizmet tutsaklığıyla ilişkisi henüz yeterli düzeyde incelenmemiştir. Bu bağlamda, çalışma, müşterilerin hizmet kalitesi algısı ve kurumsal imaj değerlendirmelerinin seçenek eksikliği nedeniyle hissedilen hizmet tutsaklığına etkisini mobil iletişim sektörü özelinde belirlemeyi amaçlamaktadır. Bulgular, seçenek boyutu bakımından hizmet tutsaklığı duyguları üzerinde hizmet telafisi faktörü haricinde algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imajın genel olarak anlamlı etkisi olmadığını göstermektedir. Güç ve kontrol boyutu bakımından operatörün teknik performansının, müşteri hizmetleri performansının, hizmet telafisinin ve kurumsal imajının tüketicinin hizmet ilişkisine isteyerek girmesinde, operatöre duyulan güven, adil fiyat algısı ve kurumsal imajın tüketicinin hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilmesinde etkisinin olduğunu görmektedir. Ses boyutu bakımından teknik performans haricindeki algılanan kalite boyutlarının ve kurumsal imajın hizmet tutsaklığı üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. Çalışma algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj kavramlarını hizmet tutsaklığı bağlamında ele alarak hizmet pazarlaması literatürüne katkı sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Hizmet Tutsaklığı, Algılanan Hizmet Kalitesi, Kurumsal İmaj, Mobil İletişim Sektörü

JEL Sınıflandırması: M30, M31, L96

Service Captivity in the Mobile Communication Sector: The Effect of Perceived Service Quality and Corporate Image

ABSTRACT

When consumers find themselves in a service relationship with restrictions, they experience a sense of captivity in their daily lives. The correlation between perceived service quality, corporate image, and service captivity has not been thoroughly explored in existing literature. This study aims to investigate how customers' perceptions of service quality and corporate image influence the sense of service captivity within the mobile communication sector. The findings indicate that, for the options dimension, perceived service quality and corporate image generally do not significantly impact feelings of service captivity, except for the service recovery factor. Regarding the power and control dimension, it was observed that technical performance of the operator, customer service performance, service recovery, and corporate image influence the consumer's willingness to initiate the service relationship. Additionally, trust in the operator, perception of fair pricing, and corporate image play a role in the consumer's inclination to terminate the service relationship. Lastly, within the voice dimension, perceived service quality

* Dr.Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bölümü, e-posta: mehtappodabass@gmail.com, ORCID Bilgisi: 0000-0003-0251-151X

** Prof. Dr. Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, e-posta: ayla.dedeoglu@ege.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-0179-0644

(Makale Gönderim Tarihi: 10.11.2022 / Yayına Kabul Tarihi: 15.07.2023)

Doi Number: /yonveek.1206270

Makale Türü: Araştırma Makalesi

dimensions, excluding technical performance and corporate image, demonstrated a significant effect on service captivity.

Key Words: *Service Captivity, Perceived Service Quality, Corporate Image, Mobile Communications Sector*

JEL Classification: *M30, M31, L96*

GİRİŞ

Tüketiciler günlük hayatın içerisinde sağlık, eğitim, ulaşım, iletişim gibi farklı alanlardaki ihtiyaçlarına yönelik hizmet ilişkisine girmektedir. 2021'de Türkiye'de istihdamın %54,5'ini sağlayan (TÜİK, 2021) hizmet sektörü ve ilişkileri günlük yaşamının ayrılmaz bir parçası olan hizmetin önemini gösterir niteliktedir. Hizmet ilişkisinde her zaman hizmet sağlayıcı ve hizmeti alan taraf eşit koşullara sahip değildir. Tüketiciler hizmet sağlayıcıyla girdiği ilişkide bazen dezavantajlı konumdadır (Anderson vd., 2013). Özellikle de hizmet sağlayıcısının sayısal azlığı durumunda tüketiciler hizmet ilişkisine istedikleri için değil, mecburiyetten girmek zorunda kalabilirler. Ayrıca hizmet sağlayıcı ile girdikleri hizmet ilişkisini uzun vadeli taahhütler içeren sözleşmeler gibi sebeplerle de sonlandıramayabilirler. Hizmet ilişkisinde müşterinin kontrolünün olmadığı, hizmeti değerlendiremediği, hizmet sunumu başladıktan sonra ilişkiden kolayca çıkamadığı hizmetler, tutsak hizmetler (Conlon vd., 2004), hizmet sağlayıcıya kıyasla dezavantajlı konumda olan müşteri ise tutsak müşteri (Márquez vd., 2018) olarak ifade edilmektedir.

Tüketicinin bir hizmeti değerlendirmesi olarak ifade edilen algılanan hizmet kalitesi ve tüketicinin hizmet sağlayıcı hakkında zihnindeki yargılarına dayalı olan kurumsal imaj kavramları hizmet pazarlaması literatüründe daha önce ele alınmıştır (örn. Eshghi vd., 2008; Barich ve Kotler, 1991). Algılanan hizmet kalitesinin kurumsal imajı etkilediği belirtilmektedir (örn. Wu, 2014). Literatürde mobil iletişim alanında hem algılanan hizmet kalitesi (örneğin; Aydın ve Özer, 2005; Negi, 2009; Kuo vd., 2009; Ishaq, 2012; Kumar, 2017; Mohammed ve Shahin, 2020) hem de kurumsal imaj kavramları (örneğin; Aydın ve Özer, 2005; Lai vd., 2009; Chiu ve Hsu, 2010; Afiuc vd., 2020) araştırılmıştır.

Çalışma, müşterilerin hizmet kalitesi algısı ve kurumsal imaj değerlendirmelerinin hizmet tutsaklığına etkisini mobil iletişim sektörü özelinde belirlemeyi amaçlamaktadır. Mobil iletişim sektörü, Türkiye'de az sayıda hizmet sağlayıcısı tarafından uzun vadeli taahhütler içeren abonelik sistemi ile tüketicinin hizmet ilişkisinden ayrılmasına engeller koymaktadır. Hizmet tutsaklığı konusunda uluslararası literatürde kısıtlı kaynak bulunmakta olup Türkçe literatürde ise konu henüz tam anlamıyla yerleşmemiştir. Bu nedenle, öncü olan mevcut çalışma, algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj kavramlarını hizmet tutsaklığı bağlamında ele alarak hizmet pazarlaması literatürüne katkı sağlamaktadır.

I. HİZMET TUTSAKLIĞI

Bazı hizmet ilişkilerinde hizmeti alan, hizmet sağlayıcıya karşı dezavantajlı konumda olup hizmet sağlayıcıya bağımlıdır (Márquez vd., 2018). Tutsak müşteriler, alternatif hizmet sağlayıcının olmadığı, hizmet ilişkisine

isteyerek girme, hizmetin yaratılmasına katkıda bulunma, ilişkiyi istediği zaman sonlandırma ve memnuniyetsizliğini çekinmeden dile getirme yetkinliğinin olmadığı hizmet ilişkilerinde kendilerini tutsak hissederler. Hizmet tutsaklığı, bir hizmet ilişkisinde, hizmeti alan tarafın, seçim, ses, güç ve kontrol bakımından kısıtlı olduğu tüketici deneyimi olarak incelenmektedir (Rayburn vd., 2020). Bir tedarikçinin sunduğu hizmete duyulan ihtiyacın fazla ve seçeneklerin az olması durumu, seçim serbestliğini düşürdüğünden tutsaklığı artırabilmektedir. Ses, hizmete ilişkin taleplerin ve memnuniyetsizliğin seslendirilebilmesi iken güç ve kontrol, hizmet sürecini isteyerek başlatma, süreci etkileme ve süreçten çıkma açısından değiştirme ve kontrol gücünün olmasıdır (Stavros vd., 2021). Tüm boyutlardan tüketicinin hizmet deneyimi kısıtlanmıştır.

Tutsak hizmetler ise, hizmet ilişkisine girme, ilişkiyi çıkma ve hizmet sunum sürecini etkileme açısından müşterinin kontrolünün ve gücünün olmadığı hizmetlerdir (Conlon vd., 2004, Rayburn, 2015). Bu tip hizmetlerde, tüketicilerin mevcut hizmet sağlayıcılarından başka alternatif seçeneğinin olmaması tutsaklık duygusuna yol açabilmektedir (Furrer vd., 2021). Diğer bir ifadeyle, tüketici hizmet ilişkisinde kısıtlanmasına rağmen, ilişkide taraf olmaya razı olmaktan başka çaresinin olmadığını düşünmektedir.

II. TUTSAKLIK BOYUTLARI: SEÇENEKSİZLİK, GÜÇ VE KONTROL, SESSİZLİK

Tüketiciler bir hizmet ilişkisi kurmaya yönelik seçimlerini yapmadan önce çeşitli kaynaklardan alternatiflerle ilgili bilgi toplar, değerlendirir ve bu doğrultuda hizmet ilişkisine girme kararı verirler (Grace ve O’Cass, 2003). Ancak tekel ya da oligopol gibi pazar yapılarında, tüketici kısıtlı alternatifleri değerlendirerek hizmet ilişkisine girmek (Ildırar ve Kıral, 2018; Fliess ve Volkens, 2020) ve hayal kırıklıklarına veya memnuniyetsizliğe rağmen ilişkiyi sürdürmek zorunda kalabilir (Fullerton, 2005; Rayburn, vd., 2020). Alternatif hizmet sağlayıcılar mevcut olduğunda bile, seçeneklerin birbirlerine çok benzemesi durumunda tüketiciler alternatifleri algılayamayabilirler (Sundie vd., 2008).

Seçenek bakımından kısıtlılık nedeniyle deneyimlenen tutsaklık sonucu oluşan kızgınlık, teslim olmuşluk, depresyon veya umutsuzluk duyguları tüketici davranışlarını da etkilemektedir (Rayburn, 2015; Hume ve Mort, 2010). Literatür bulguları da tüketicinin duygularının, hizmet deneyimini, hizmet sağlayıcısıyla ilişkilerin geliştirilmesini/sürdürülmesini ve olumsuz söylenti davranışında bulunmasını etkilediğini göstermektedir (Liljander ve Strandvik, 1997; Lin ve Liang, 2011; Wong, 2004).

Güç, bir hizmet ilişkisini kontrol etmek ve karşı taraf üzerinde etki sahibi olmak olarak tanımlanabilir (Henderson, 2003). Tüketiciler, her zaman hizmet ilişkisine isteyerek girme, hizmet deneyiminde değer yaratılması sürecine katılabilme ve ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme gücüne sahip değildir (Rayburn vd., 2020). Gücün tek tarafın lehinde olduğu, diğer tarafın bir dereceye kadar kontrol ve eylemlilikten yoksun olduğu durumlar güç dengesizliğine veya güç asimetrisine işaret etmektedir. Tüketicinin hizmet sağlayıcısının sunularına,

bilgisine, tecrübesine ve kararına büyük ölçüde bağımlı olduğu veya alternatif hizmet sağlayıcıların olmadığı durumlarda görülebilir (Echeverri ve Salomonson, 2019). Örneğin, sağlık ve finansal konulardaki hizmet ilişkilerinde, uzmanlık eksikliği veya tekel piyasada alternatif yokluğu nedeniyle, tüketici hizmet sağlayıcılara kıyasla sıklıkla dezavantajlı konumdadır (Anderson vd., 2013; Sundie vd., 2008). Güç dengesizliğinin büyüklüğü ise, müşterinin hizmet sağlayıcının sunduklarına verdiği değer ve bu değeri elde edebileceği alternatiflerin varlığıyla ilişkilidir (Lee, 2010). Bununla birlikte, tüketici, zaman zaman beklenmedik durumlar, sözleşme gereksinimleri, kısıtlı kaynaklar, alternatiflerin yetersizliği vb. nedenlerle hizmet ilişkisine yönelebilir. Örneğin, bazen tüketici, uzun süreli sözleşmeler nedeniyle hizmet ilişkisinde kalmak zorundadır (Chebat vd., 2011). Güç dengesizliğinde tüketiciler güçsüz, çaresiz ve hizmet sağlayıcının insafına kalmış hissedebilirler (Fliess ve Volkens, 2020).

Tüketicinin, karşı tarafa taleplerini ve memnuniyetsizliğini ifade edebilmesi ses olarak ele alınmaktadır (Rayburn, 2015; Haenlein ve Kaplan, 2012). Müşterinin karşılaştığı problemde, sessiz kalmak, hizmet ilişkisinden ayrılmak veya olumsuz söylentide bulunmak yerine sesini kullanması, hizmet sağlayıcının memnuniyetsizlikten haberdar olarak hizmetlerini geliştirmesi, olası sorunları fark edip telafi etmesi, tüketicinin ilişkisinden çıkışının ve olumsuz ağızdan-ağıza iletişimin oluşmadan önlenmesi açısından tedarikçiye fayda sağlamaktadır (Bove ve Robertson, 2005). Hizmet memnuniyetsizliğini seslendirme biçimi alternatif hizmet sağlayıcıların sayısına göre farklılaşabilir. Örneğin, alternatif hizmet sağlayıcının sayıca fazla olduğu durumlarda tüketicinin hizmete yönelik memnuniyetsizliğini ifade etme biçimi hizmet ilişkisini sonlandırmak olabilir. Ancak söz konusu hizmetin pazarının tekel ya da oligopol olduğu durumlarda hizmet memnuniyetsizliğini sesli olarak gösterme ihtiyacı oluşmaktadır (Dowding vd., 2000). Ancak tüketiciler, hizmet sağlayıcı personellerinin misillemelerinden korkma, seslerin duyulduğunu hissetmeme gibi nedenlerle seslerini kullanmada çekingen davranabilirler (Rayburn, 2015). Hizmet tutsaklığında, şikayet etme davranışının müşterilerin tutsaklık duygusunu hafifletmede etkili olmadığı ve bu nedenle tutsak müşterilerin duygusal destek almak amacıyla olumsuz söylenti davranışında bulunduğu belirtilmiştir (Furrer vd., 2021).

III. ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE KURUMSAL İMAJ

Algılanan hizmet kalitesi, tüketicinin beklediği hizmet ve algıladığı hizmetin karşılaştırılmasının sonucudur (Grönross, 1984: 37). Başka bir ifadeyle, algılanan hizmet kalitesi, bir firmanın müşterilerinin ihtiyaç ve isteğini tatmin etmeye yönelik olarak başarılı bir şekilde hizmet sunma derecesidir (Yoo ve Park, 2007). Hizmet performansının çeşitli boyutlar açısından müşteriler tarafından, beklentileri temelinde değerlendirmesi olarak ifade edilebilen (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985; Negi, 2009; Eshghi vd., 2008: 121) hizmet kalitesini değerlendirmek hizmetlerin soyut olması nedeniyle zordur (Miozzo ve Yamin, 2012).

Çok boyutlu olan algılanan hizmet kalitesi, Grönross'a (1984) göre teknik ve fonksiyonel boyutlardan oluşurken kurum imajı da bu algıyı etkilemektedir. Teknik kalite, üretim süreçlerinin teknik performansına ve tüketicinin çıktı olarak ne elde ettiğine ilişkin (örn. mobil ağa beklenen performansta bağlanabilmek) iken fonksiyonel boyut süreç performansına ve hizmeti nasıl elde ettiğine ilişkin (örn. hizmet sürecinde çalışanlarla etkileşim) değerlendirmelere dayalıdır (örn. Grönross 1984; Kang ve James 2004). Kalite algısını etkileyen imaj ise marka, ürün ve kurum düzeyinde söz konusu olabilmektedir.

Adil fiyat algısı, algılanan hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini ve güvenini etkilediğinden uzun vadeli müşteri ilişkileri kurulabilmesi için önemlidir (Hassan vd., 2013; Srikanjanarak vd., 2009). Algılanan fiyat adaleti, benzer fayda karşılığında ödenen fiyatın referans bir fiyat ile karşılaştırması sonucunda eşit, makul veya kabul edilebilir olup olmadığına ilişkin yargılardır (Xia vd., 2004; Andrés-Martínez vd., 2013). Adaletsizlik sorunları, müşterinin tepki olasılığını artırmaktadır (Ahmat vd., 2011). Ürün veya tedarikçi seçenekleri açısından kısıtlılık da adaletsizlik algısını tetiklemede ve tüketicilerin hizmet sağlayıcıların fiyatlandırma uygulamalarında adil davranmayacağını düşünmesine neden olmaktadır (Furrer vd., 2021). Algılanan fiyat adaletsizliği, hizmet sağlayıcı ve müşteri arasındaki ilişkiyi olumsuz etkilemekte ve müşteri de olumsuz duyguların oluşmasına, müşterinin satın alma niyetinde azalmaya, şikayet etme ve olumsuz söylenti gibi davranışlarda bulunmasına neden olmaktadır (Ahmat vd., 2011).

Literatürde algılanan hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin güçlü bir göstergesi ve nedeni olduğu belirtilmektedir (örn. Aslam vd., 2018; Negi, 2009). Hizmet kalitesinin, algılanan değer ve müşteri memnuniyetini olumlu etkilediği, bunun da tekrar satın alma niyetini artırdığı bulunmuştur (Tran ve Le, 2020; Kuo vd., 2009). Bir başka çalışmada, algılanan hizmet kalitesinin, algılanan değerle birlikte kurumsal imajı önemli ölçüde etkilediği ortaya konmaktadır (Wu, 2014). Çalışmalar, hizmet kalitesinin mevcut müşterileri elde tutmada ve pazar payı üzerinde bir etkisi olduğunu göstermektedir (örn. Chadha ve Kapoor, 2009). Hizmet kalitesi, müşterilerin tekrar satın alma, fiyat artışlarına karşı daha az duyarlı olma ve hizmeti başkalarına önerme eğilimlerinin artmasına da neden olmaktadır (Qayyum vd., 2013).

Kurumsal imaj, kişilerin kurumu nasıl gördükleri ve değerlendirdiklerine ilişkin soyut bir yapı (Lee, 2019) ve halkın zihninde oluşan genel izlenimdir (Barich ve Kotler, 1991). Kurumsal imaj, bir kuruma yönelik olarak bireylerdeki duygu, inanç, deneyim ve izlenimlerin sonucunda müşterinin hafızasında yer edinmiş ve müşteri bir kurumu düşündüğünde aklına gelen her şeyi, diğer bir ifadeyle, genel itibarını ve prestijini ifade etmektedir (Zameer vd., 2015; Kim ve Lee, 2010; Agyei vd., 2014). Bu bağlamda, tüketicinin firmaya yönelik olumlu veya olumsuz görüşleri firmayla ilgili her şeyi benzer şekilde değerlendirmesinde etkili olmaktadır (Lai vd., 2009). Sonuç olarak, kurumsal imaj bir firma için önemli bir varlığı temsil etmektedir (Giovanis vd., 2016). İşletmenin adı, ürün/hizmet çeşitliliği, çalışan etkileşimi gibi tüm teknik ve fonksiyonel boyutlar imajı yapılandırırken (Nguyen ve Leblanc, 2001) imaj algısı da kalite algısını

beslemektedir. Bununla birlikte işletmenin geleneği, ideolojisi, ağızdan ağıza iletişim, fiyat, reklam gibi çok sayıda faktör de kurumsal imajı etkilemektedir (Grönross, 1984; Yu vd., 2021).

Grönross (1984) müşterinin fonksiyonel ve teknik boyutta değerlendirmelerinin kurumsal imajı, kurumsal imajın da hizmet kalitesi algısını yapılandırdığını öne sürerken, birçok çalışmada hizmet ilişkisinde algılanan hizmet kalitesinin, kurumsal imajı etkilediği bulunmuştur (örn. Wu, 2014; Giovanis vd., 2016). Aydın ve Özer (2005) de Türkiye’de mobil iletişim sektörüne yönelik çalışmasında, kurumsal imajın tüketicinin deneyimlerinden ortaya çıktığını ve bu bağlamda, tüketicinin hizmet kalitesi algılarının kurumsal imajı etkilediğini belirtmektedir. Kurumsal imajın kalite algısına etkisinin yanında müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati değişkenlerine doğrudan etkisi de bulunmuştur (Hassan vd., 2019; Nguyen ve Leblanc, 2001).

Tüketicilerin hizmet sağlayıcı seçeneğinin az olması durumunda deneyimlediği tutsaklık olumsuz duygular hissetmesiyle sonuçlanmaktadır (Rayburn, 2015). Hizmet kalitesi, tüketicilerde olumlu ve olumsuz duygular arasından değişen duygusal sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Hume ve Mort, 2010). Bununla birlikte, kurumsal imaj ise, bir tüketicinin bir kuruma yönelik duygularını da içermektedir (Zameer vd., 2015; Kim ve Lee, 2010; Agyei vd., 2014). Bu bağlamda, tüketicinin deneyimlediği bu tutsaklığın olumsuz duygusal yansımalarının algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisi olabileceği düşünülerek hipotez 1 oluşturulmuştur. Alt hipotezler ve test sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

H1: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite boyutları (teknik performans, güven, adil fiyat algısı, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi) ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Hizmet tutsaklığında, tüketici hizmet ilişkisinde güç ve kontrol bakımından kısıtlı bir deneyim yaşamaktadır (Rayburn vd., 2020). Tüketicinin yaşadığı bu kısıtlı deneyim, gücün hizmet sağlayıcının lehine olduğu bir güç dengesizliği ortaya çıkarmaktadır. Bu güç dengesizliği, tüketicinin operatörünün sunduklarına verdiği değerle ilişkilendirilmektedir (Lee, 2010). Başka bir ifadeyle, tüketicinin hizmet sağlayıcının sunduklarına olan bağımlılığı, hizmet sağlayıcının güç üstünlüğü elde etmesine neden olmaktadır. Hizmet kalitesi hem tüketicinin operatör tercihini hem de operatörüyle hizmet ilişkisine yönelik kararında etkili olmaktadır (Adebiyi vd., 2016; Çavuşoğlu vd., 2021). Bu nedenle, tüketicinin hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri hizmet ilişkisinde güç ve kontrolün kimin lehine olduğu konusunda etkili olabilir. Başka bir ifadeyle, tüketicinin hizmet kalitesine yönelik düşünceleri, hizmet ilişkisine istediği zaman girebilme ve ayrılabilme gücüne sahip olduğunu düşünmesinde etkili olabilir. Kurumsal imaj, tüketicilerin operatörü hakkındaki bir düşüncesinin onunla ilişkili diğer durumlara yönelik değerlendirmesini etkilemektedir (Lai vd., 2009). Bu nedenle, tüketicinin kurumsal imaja yönelik düşünceleri güç ve kontrolün kimin lehine olduğu konusundaki düşüncelerinde etkili olabilir. Bu bağlamda,

tüketicinin hizmet ilişkisinde sahip olduğu güç ve kontrolün tüketicinin algıladığı hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisine yönelik hipotez 2, hipotez 3 oluşturulmuştur. Alt hipotezler ve test sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

H2: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite boyutları (teknik performans, güven, adil fiyat algısı, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi) ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

H3: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite boyutları (teknik performans, güven, adil fiyat algısı, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi) ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Tüketiciler hizmet ilişkisinde personel davranışları, sesinin duyulmadığı ve sesini kullanmasının tutsaklık duygusunu hafifletmediği düşüncesiyle memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda çekingen davranmaktadır (Furrer vd., 2021; Rayburn, 2015). Hizmet ilişkisindeki memnun olmayan tüketicilerin tepkisiz kalmayı tercih ettiği belirtilmektedir (Rahman vd., 2015). Hem algılanan hizmet kalitesinin hem de kurumsal imajın müşteri memnuniyetini etkilediği bilinmektedir (Kuo, vd., 2009; Hassan, vd., 2019). Bu bağlamda, tüketicinin memnuniyetsizliğini dile getirmesinde algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisi olabileceği düşünülerek hipotez 4 oluşturulmuştur. Alt hipotezler ve test sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

H4: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite boyutları (teknik performans, güven, adil fiyat algısı, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi) ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

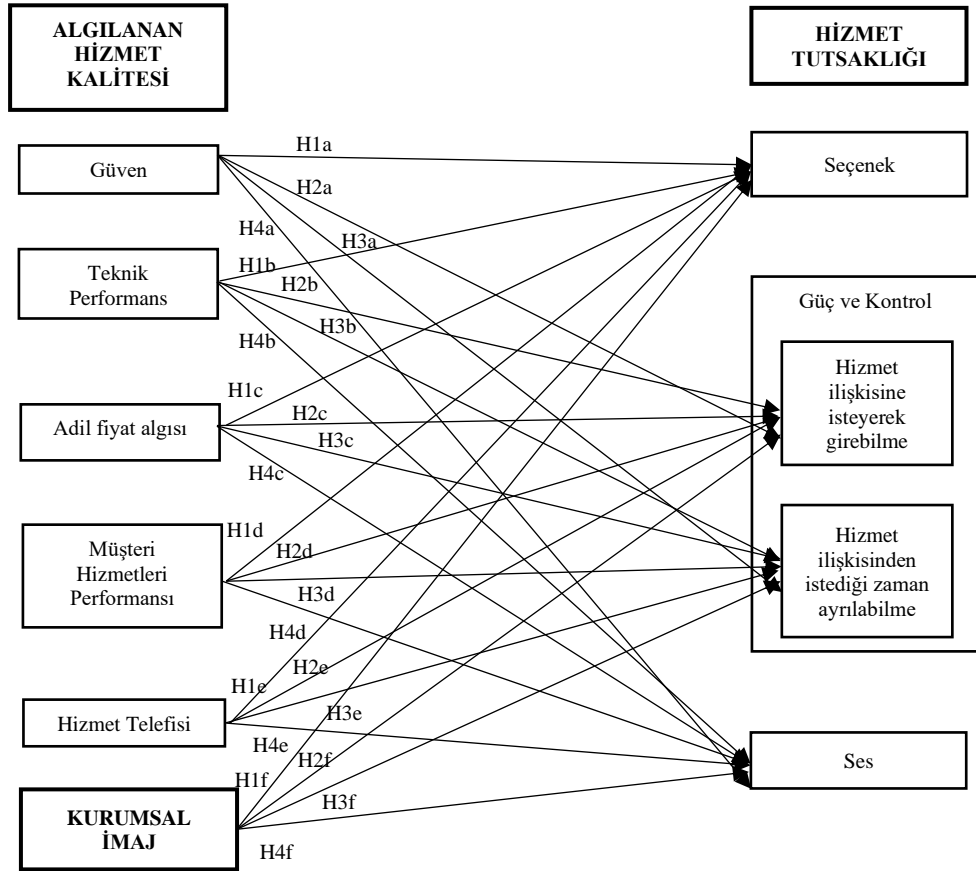
IV.ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Tüketiciler, kısıtlandığı ve dezavantajlı konumda oldukları hizmet ilişkilerinde tutsaklık hissederler. Hizmet tutsaklığı konusunda literatürde kısıtlı çalışma mevcuttur. Hizmet tutsaklığını, Beimborn vd. (2003) ulaşım hizmetlerinde, Furrer vd. (2021) demiryolu, posta ve mobil telefon hizmetlerinde, Stavros vd. (2021) alternatif finans hizmetlerinde, Guillemot vd. (2022) yaşlı bakım evlerinde, Rayburn vd. (2020) ise, sosyal hizmetler alanında ve tutsaklık boyutları, negatif ağızdan ağıza iletişim, hizmet deneyimleri ve iyi-oluş gibi değişkenler temelinde incelemiştir. Ayrıca bir çalışmada hizmet tutsaklığı ve algılanan hizmet kalitesi ilişkisi ele alınmıştır (Furrer vd., 2021).

Mevcut çalışmada, alternatif hizmet sağlayıcıların az olması, uzun vadeli aboneliklerle veya teknik sebeplerin tüketicinin hizmet ilişkisinden ayrılmasının zor olduğu durumlar nedeniyle mobil iletişim sektörüne odaklanılmaktadır. Stavros vd. (2021) çalışmasında, olumlu hizmet deneyimlerinin hizmet tutsaklığına katkısını incelemiştir. Kurumsal imajın ise, müşteri memnuniyetine ve sadakatine etkisi bilinmektedir. Bu bağlamda, hizmet kalitesinin ve kurumsal imajın hizmet tutsaklığına katkısı olabileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda, ‘Müşterilerin hizmet kalitesi ve kurumsal imaj değerlendirmelerinin hizmet tutsaklığına etkisi nedir?’ şeklindeki araştırma sorusu tutsaklığın yüksek

olabileceği varsayımı ile mobil iletişim sektöründe araştırılmıştır. Çalışma, hem kısıtlı çalışmaların olduğu hizmet tutsaklığı konusunda hem de hizmet pazarlaması literatüründe daha önce incelenmiş olan algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj kavramlarını farklı bir bağlamda incelemesiyle literatüre katkı sağlanmaktadır.

Şekil 1. Teorik Model



Çalışma kapsamında, hizmet tutsaklığı seçim, güç ve kontrol ile ses boyutlarıyla (Rayburn, vd., 2020) temel alınırken tutsaklık duyguları kızgınlık, üzgünlük, depresyon ve umutsuzluk olarak incelenmiştir (Rayburn, 2015; Furrer vd., 2021). Anket ifadeleri ilgili literatürde yer alan tanım ve ifadelerden yola çıkılarak hizmet tutsaklığının boyut ve elemanları oluşturularak yazarlar tarafından geliştirilmiştir. Güç ve kontrol boyutu, müşterinin hizmet ilişkisine isteyerek girebilmesi ve ilişkiden istediği zaman ayrılabilmesi ifadeleri ile ölçülmüştür.

Algılanan hizmet kalitesi kavramına ilişkin ifadeler mobil iletişim sektöründe algılanan hizmet kalitesini ölçmeye yönelik olarak daha önce yapılmış Abd-Elrahman ve Kamal, 2020; Aslam vd., 2018; Chadha ve Kapoor, 2009;

Eshghi vd., 2008; Kuo vd., 2009; Lai vd., 2005; Lim vd., 2006; Loke vd., 2011; Negi, 2009; Qayyum vd., 2013 çalışmalarından esinlenilerek algılanan hizmet kalitesinin boyut ve elemanları oluşturularak yazarlar tarafından geliştirilmiştir. Kurumsal imaj kavramına ilişkin ifadeler ise, Aydın ve Özer, 2005; Chang, 2009; Chiu ve Hsu, 2010; Ishaq, 2012; Rahman, 2012; Giovanis vd., 2016; Kaur ve Soch, 2018; Afiuc vd., 2020 çalışmalarındaki ölçeklerden esinlenilerek kurumsal imajın boyut ve elemanları oluşturularak yazarlar tarafından geliştirilmiştir. Ayrıca ankette yer alan tüm ifadelerin geliştirilmesi sürecinde operatör tercihini kendisi yapan tüketicileri arasından 47 kişilik alt örneklem grubundan oluşan pilot çalışma yapılarak bir yandan ifadelerin anlaşılabilirliği test edilmiş, diğer yandan örneklem büyüklüğü için gerekli istatistik değerler hesaplanmıştır.

Çalışmada, anakütleyi operatör kullanan tüm bireyler oluşturmaktadır. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun (BTK, 2021) 2020 yılsonu raporuna göre toplam mobil abone sayısı 75.257.337'dir. Operatör tercihini bireyin kendisinin yaptığını belirlemek amacıyla, 47 kişilik kolayda oluşturulmuş bir alt örneklem grubundan "Kendi seçtiğim operatörü kullanıyorum.", "Ailemin seçtiği operatörü kullanıyorum.", "Çalıştığım kurumun seçtiği operatörü kullanıyorum." ve "Diğer..." ifadelerinden uygun olanını seçmeleri istenmiştir. Bu alt örneklemin 44 üyesi kendi seçtikleri operatörü kullandıklarını ifade etmiştir. Evren için tahmin edilen standart sapma 0.429 ve kabul edilebilir hata toleransı 0.05 kullanılarak, örneklem büyüklüğü 281.7 olarak hesaplanmış ve en az 282 kişi olarak belirlenmiştir. Çalışma için Ege Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 29/12/2021 tarihli 1226 protokol numaralı kararıyla etik kurul onayı alınmıştır. Tanımlayıcı nitelikteki araştırmada nicel veriler Kasım 2021'de Covid-19 pandemisi nedeniyle çevrimiçi ve aynı zamanda mümkün olduğunca yüz yüze toplanmıştır. Çevrimiçi anketler, veri toplamada hız ve düşük maliyet avantajlarına sahip olsa da araştırmanın ana kütlesine ulaşma açısından kimi durumlarda dezavantajlı olabilir (Hooley, Wellens ve Marriott, 2012). Maliyet kısıtlamaları ve çevrimiçi veri toplama sürecinde kolayda örnekleme kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, olasılıksız örnekleme tekniklerinden biridir ve araştırma bulgularının genellenmesi açısından sınırlamaları bulunmaktadır. Veri toplama süreci sonunda, birden fazla operatöre abone olan 25 katılımcının verileri çıkarıldıktan sonra 461 kişi ile analizler gerçekleştirilmiştir.

V. BULGULAR

A. Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışma kapsamında, hem çevrimiçi hem yüz yüze anket uygulaması yapılarak toplam 461 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır. Örneklem içerisinde yer alan katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bilgiler tablo 1'de yer almaktadır. Bu bağlamda, ankete katılanların yüksek oranda kadın, 23-34 yaş aralığında, üniversite mezunu, 13301 TL ve üzeri hane halkı gelirine sahip özel sektör çalışanı ve öğrenci olduğu görülmektedir. Katılımcılarının büyük çoğunluğu hangi operatörle hizmet ilişkisine gireceğine kendisi karar

vermektedir. Ayrıca katılımcıların sırayla en çok Türk Telekom, Vodafone ve Turkcell kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Operatör Tercihleri

CİNSİYET	SIKLIK	%	AYLIK GELİR	SIKLIK	%
Kadın	249	54,0	2800 TL ve altı	30	6,5
Erkek	208	45,1	2801 - 4300 TL arası	61	13,2
Diğer	4	0,9	4301 - 5800 TL arası	63	13,7
Toplam	461	100	5801 - 7300 TL arası	54	11,7
YAŞ	SIKLIK	%	7301 - 8800 TL arası	SIKLIK	%
17-22 yaş arası	70	15,3	8801 - 10300 TL arası	38	8,2
23-28 yaş arası	135	29,4	10301 - 11800 TL arası	31	6,7
29-34 yaş arası	105	22,9	11801 - 13300 TL arası	24	5,2
35-40 yaş arası	60	13,1	13301 TL ve üzeri	118	25,6
41-46 yaş arası	45	9,8	Toplam	461	100
47 yaş ve üzeri	44	9,6	MESGUL OLUNAN İŞ	SIKLIK	%
Eksik	2		Özel sektör çalışanı	181	39,3
Toplam	461	100	Kamu sektöründe memur	40	8,7
EĞİTİM	SIKLIK	%	Özel sektörde işçi	8	1,7
Okur yazar	2	0,4	Kamu sektöründe işçi	27	5,9
İlkokul mezunu	5	1,1	Serbest meslek	31	6,7
Ortaokul mezunu	11	2,4	Emekli	12	2,6
Lise mezunu	100	21,7	Ev Hanımı	18	3,9
Üniversite mezunu	236	51,2	Öğrenci	106	23,0
Üniversite üstü mezunu	107	23,2	İşsiz fakat gelir sahibi (bir işte çalışmıyor, iş aramayan, kira-faiz benzeri gelirle geçinenler)	6	1,3
Toplam	461	100	İşsiz (Herhangi bir işte çalışmıyor, iş arayan)	16	3,5
			Diğer	16	3,5
			Toplam	461	100
TERCİH KARARI	SIKLIK	%	OPERATÖR MARKASI	SIKLIK	%
Kendi seçtiğim operatörü kullanıyorum.	415	90,0	Turkcell	147	31,9
Ailemin seçtiği operatörü kullanıyorum.	24	5,2	Vodafone	149	32,3
Çalıştığım kurumun seçtiği operatörü kullanıyorum.	19	4,1	Türk Telekom	160	34,7
Diğer	3	,7	Diğer	5	1,1
Toplam	461	100	Toplam	461	100

B. Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizleri

Beşli likert ölçeği kullanılarak toplanan hizmet tutsaklığı, algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj verilerinin normallik analizi sonuçlarında basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2/+2 değerleri arasında (George ve Mallery, 2010) olduğu görülmüştür. Çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği Varimax rotasyonlu açıklayıcı faktör analizi kullanılarak incelenmiştir. Faktör analizi sonrası ortak varyans değerleri düşük olan ifadeler çıkarılarak analiz tekrar edilmiştir. Elde edilen sonuçlarda (Tablo 2) seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı duyguları boyutunun hizmet tutsaklığı duygularına yönelik ifadeler tek faktörde toplanmıştır. “Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme” ve “hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme” olarak adlandırılan 2 ayrı faktör hizmet tutsaklığının güç ve kontrol boyutu ile ilişkin olarak davranışsal açıdan hizmet tutsaklığı olarak değerlendirilmiştir. Daha az sayıda ifade (k) içermesi nedeniyle

bu faktörlerin içsel tutarlılık güvenilirlik değerleri Cronbach ve Shavelso' a (2004) göre ve yapı geçerliliği değerleri de Kaiser ve Rice' a (1974) göre kabul edilebilir alt sınırın üstünde gerçekleşmiştir (Tablo 2).

Algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ifadeleri için yapılan açıklayıcı faktör analizleri sonrasında elde edilen faktörler, "Teknik Performans", "Operatöre Duyulan Güven", "Adil Fiyat Algısı", "Müşteri Hizmetleri Performansı", "Hizmet Telifisi" ve "Kurumsal İmaj" olarak adlandırılmıştır. Elde edilen sonuçlarda (Tablo 2), faktörlerin KMO değerlerinin ve Bartlett test değerlerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Varyanstaki değişimi en yüksek oranda açıklayan faktörlerin hizmet telifisi ve müşteri hizmetleri performansı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizleri

Faktörler/Değişkenler	Faktör yükleri
Seçenek Azlığı Kaynaklı Hizmet Tutsaklığı Duyuları	
KMO:0,784 Bartlett:1162,2 sd:6 p:0,000 Açıklama yüzdesi:74,37 Cronbach's α = 0,884	
Operatör seçeneğim az olması, beni çaresiz hissettirir.(HTD1)	0,906
Operatör seçeneğimin az olması, beni üzer.(HTD2)	0,878
Operatör seçeneğimin az olması, beni umutsuz hissettirir.(HTD3)	0,862
Operatör seçeneğimin az olması, beni kızdırır.(HTD4)	0,800
Hizmet İlişisine İsteyerek girebilme	
KMO:0,660 Bartlett:260,3 sd:3 p:0,000 Açıklama yüzdesi:62,52 Cronbach's α = 0,703	
Operatörüm abone olmak kolaydır.(HIG1)	0,829
Operatörüm istediğim zaman abone olabilirim.(HIG2)	0,782
Operatörümü en iyi seçenek olduğu için tercih ederim.(HIG3)	0,760
Hizmet İlişisinden İsteddiği Zaman Ayrılabilme	
KMO:0,600 Bartlett:107,6 sd:1 p:0,000 Açıklama yüzdesi:72,34 Cronbach's α = 0,670	
Operatörümün aboneliğinden çıkmak kolaydır.(HIA1)	0,850
Operatörümde tarife değiştirmek kolaydır.(HIA2)	0,850
Operatöre Duyulan Güven	
KMO:0,852 Bartlett:1104,4 sd:10 p:0,000 Açıklama yüzdesi:65,40 Cronbach's α = 0,866	
Operatörümün sunduğu hizmetleri kullanırken kendimi güvende hissederim.(G1)	0,853
Operatörüm vaatlerini yerine getirir.(G2)	0,825
Operatörümün sunduğu hizmete güvenirim.(G3)	0,799
Operatörüm müşteri ihtiyaçlarını dikkate alır.(G4)	0,797
Operatörüm müşterisinin çıkarlarını esas alır.(G5)	0,766
Teknik Performans	
KMO:0,869 Bartlett:1361,1 sd:10 p:0,000 Açıklama yüzdesi:70,27 Cronbach's α = 0,893	
Operatörümün interneti hızlıdır.(TP1)	0,869
Operatörümün kapsama alanı geniştir.(TP2)	0,850
Operatörüm güncel ekipman ve teknolojiye sahiptir.(TP3)	0,845
Operatörümün ses kalitesi iyidir.(TP4)	0,835
Nadiren arıza/problem oluşur.(TP5)	0,789
Adil Fiyat Algısı	
KMO:0,805 Bartlett:870,6 sd:6 p:0,000 Açıklama yüzdesi:69,61 Cronbach's α = 0,853	
Operatörüm avantajlı tarifeler sunar.(AF1)	0,886
Operatörümün tarife fiyatları makuldür.(AF2)	0,867
Operatörüm fiyatlandırmada dürüsttür.(AF3)	0,809
Operatörüm birden fazla tarife seçeneği sunar.(AF4)	0,771
Müşteri Hizmetleri Performansı	
KMO:0,826 Bartlett:1318,3 sd:6 p:0,000 Açıklama yüzdesi:77,10 Cronbach's α = 0,900	
Müşteri hizmetleri hızlı yanıt verir.(MHP1)	0,924
Müşteri hizmetleri doğru ve zamanında bilgi sağlar.(MHP2)	0,910
Müşteri hizmetlerine ulaşmak kolaydır.(MHP3)	0,892
Müşteri hizmetleri personeli naziktir.(MHP4)	0,780

Hizmet Telifisi	
KMO:0,600 Bartlett:347,6 sd:1 p:0,000 Açıklama yüzdesi:85,80 Cronbach's $\alpha = 0,834$	
Bir sorunun çözümü uzun sürer.(HT1)	0,926
Bir sorunun çözümü karmaşıktır.(HT2)	0,926
Kurumsal İmaj	
KMO:0,903 Bartlett:1866,2 sd:15 p:0,000 Açıklama yüzdesi:70,15 Cronbach's $\alpha = 0,803$	
Operatörüm olumlu bir imaja sahiptir.(KI1)	0,876
Operatörüm sektörde güçlü bir konuma sahiptir.(KI2)	0,846
Operatörüm reklam ve diğer medyalar aracılığıyla iyi bir izlenim bırakır.(KI3)	0,833
Operatörüm etik davranır.(KI4)	0,830
Operatörüm yenilikçidir.(KI5)	0,824
Operatörüm sosyal sorumluluk projelerine katılım gösterir.(KI6)	0,815

C. Tek Değişkenli Analiz Bulguları

Katılımcıların genel eğilimleri çıkarmak amacıyla faktör ifadelerine ilişkin tek örneklem t testleri yapılmıştır (Tablo 3). Katılımcılar operatör seçeneğinin azlığı durumunda istatistiki açıdan anlamlı olarak çaresizlik ve umutsuzluk hissettikleri ifadelerine katılmamışlar, üzgünlük ve kızgınlık konusunda tarafsız kalmışlardır. Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ifadelerine katılmaları beklenenin aksine hizmet tutsaklığının düşük olduğunu göstermektedir. Katılımcıların abonelikten çıkma kolaylığı konusunda kararsız kalmaları da önemlidir. Vaatlerini yerine getirmeye dayalı güven değişkenleri açısından genel eğilimin olumlu olduğu, ancak operatörün müşteri çıkarlarını esas alması ifadesine katılmadığı görülmektedir. Teknik performans ve müşteri hizmetleri performansı açısından katılımcıların memnun olmakla birlikte adil fiyat algısı konusunda makul ve dürüstlük konusunda kararsız fakat birden fazla seçeneği ve avantajlı tarife konusunda olumlu düşündükleri görülmektedir. Katılımcılar, operatörlerinin müşteri hizmetleri performansını ve kurumsal imajını olumlu değerlendirirken hizmet telifinde olumsuz değerlendirmelere sahiptirler. Bulgular genel olarak hizmet tutsaklığının beklenen kadar fazla deneyimlenmediğini göstermektedir.

Tablo 3. Tek Örneklem T-Testleri

Test değeri:3	Ort.	Std sapma	t	s.d.	p
Seçenek Azlığı Kaynaklı Hizmet Tutsaklığı Duyguları					
HTD1	3,30	1,333	4,891	460	0,000
HTD2	2,92	1,316	-1,24	460	0,216
HTD3	3,42	1,258	7,181	460	0,000
HTD4	2,94	1,314	-0,92	460	0,357
Hizmet İlişkisine İsteyerek Girebilme					
HIG1	2,05	1,001	-20,43	460	0,000
HIG2	2,28	1,232	-12,59	460	0,000
HIG3	2,48	1,162	-9,54	460	0,000
Hizmet İlişkisinden İstedığı Zaman Ayrılabilme					
HIA1	3,04	1,252	0,669	460	0,504
HIA2	2,63	1,210	-6,507	460	0,000
Operatöre Duyulan Güven					
G1	2,67	1,141	-6,121	460	0,000
G2	2,63	1,115	-7,145	460	0,000
G3	2,49	1,046	-10,42	460	0,000
G4	2,90	1,225	-1,711	460	0,088
G5	3,21	1,160	3,896	460	0,000
Teknik Performans					

TP1	2,67	1,270	-5,539	460	0,000
TP2	2,66	1,257	-5,743	460	0,000
TP3	2,41	1,073	-11,85	460	0,000
TP4	2,40	1,094	-11,75	460	0,000
TP5	2,63	1,172	-6,835	460	0,000
Adil Fiyat Algısı					
AF1	2,63	1,154	-6,818	460	0,000
AF2	3,06	1,310	,0960	460	0,338
AF3	3,03	1,206	0,580	460	0,563
AF4	2,29	1,090	-14,01	460	0,000
Müşteri Hizmetleri Performansı					
MHP1	2,73	1,227	-4,670	460	0,000
MHP2	2,66	1,163	-6,329	460	0,000
MHP3	2,73	1,274	-4,568	460	0,000
MHP4	2,21	1,024	-16,61	460	0,000
Hizmet Telifisi					
HT1	3,09	1,123	1,658	460	0,098
HT2	3,18	1,103	3,463	460	0,001
Kurumsal İmaj					
KI1	2,31	1,072	-13,82	460	0,000
KI2	2,17	1,061	-16,72	460	0,000
KI3	2,30	1,007	-14,94	460	0,000
KI4	2,62	1,036	-7,775	460	0,000
KI5	2,42	1,028	-12,19	460	0,000
KI6	2,53	1,039	-9,636	460	0,000

*1=Kesinlikle katılıyorum 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum 5=Kesinlikle katılmıyorum

**s.d: serbestlik derecesi

Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı duyguları faktörünü oluşturan duygu ifadeleri ile güç ve kontrol (yeterli seçenek arasından tercih yapabilme) ve ses (alınan hizmetten memnuniyetsizliği çekinmeden dile getirme) boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 5). Operatörü yeterli seçenek olmadığı için tercih etme ile hizmet tutsaklığının neden olduğu olumsuz duygular ile pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Kullanıcıların yeterli seçenek olmadığı tutsaklık deneyimi nedeniyle olumsuz duygular yaşadığı öne sürülebilir. Literatürde hizmet sağlayıcı seçeneğinin az olmasının tüketicinin olumsuz duygusal tepki vermesine neden olduğu belirtilmektedir (Rayburn, 2015). Bununla birlikte, tüketicinin alternatif hizmet sağlayıcıya sahip olmamasının tutsak hissetmesine neden olduğu da ifade edilmektedir (Furrer vd., 2021). Bu bağlamda, elde edilen bulgular literatürü desteklemektedir. Ayrıca, tüketici yeterli operatör seçeneği olmadığı için en çok kendini kızgın hissederken en az umutsuz hissettiği görülmektedir (Tablo 5). Tüketicinin hissettiği negatif duyguların tüketici-marka ilişkilerini olumsuz etkilediği bilinmektedir (Park ve MacInnis, 2018). Bu nedenle, tüketicinin yeterli seçeneği olmadığı için operatörünü tercih etmesinin neden olacağı kızgınlık duygusu tüketicinin operatörlüyle hizmet ilişkisini olumsuz etkileyecektir. Tüketici mecbur olduğu için hizmet ilişkisine devam ederken yaşanan olumsuz durumlara toleransı daha az olacaktır.

Ayrıca katılımcıların memnuniyetsizlik durumunda seslerini çekinmeden kullanmaları ile seçeneksizlik sonucu deneyimlediği olumsuz duygular ile de pozitif anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Operatörünü yeterli seçeneği olmadığı için

tercih etme ile memnuniyetsizliği dile getirme kolaylığı arasında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişki ($r=0,122$ $p=0,009$) bulunmuştur. Operatör seçeneği olmayan tüketici, memnuniyetsizliğini dile getirerek gösterebilmektedir (Dowding vd., 2000). Bu bağlamda, bulgular literatürle benzerlik göstermektedir.

Tablo 5. Hizmet Tutsaklığı Değişkenleri Arasında İlişkilerin Analizi

Seçenek Azlığı Kaynaklı Hizmet Tutsaklığı Duyguları	Operatörümü yeterli seçeneğim olmadığı için tercih ederim.	Operatörümün sunduğu hizmetten memnuniyetsizliğimi çekmeden dile getiririm.
Operatör seçeneğimin az olması, beni kızdırır.	$r=0,305$ $p=0,000$ $n=461$	$r=0,274$ $p=0,000$ $n=461$
Operatör seçeneğimin az olması, beni üzer.	$r=0,257$ $p=0,000$ $n=461$	$r=0,231$ $p=0,000$ $n=461$
Operatör seçeneğim az olması, beni çaresiz hissettirir.	$r=0,256$ $p=0,000$ $n=461$	$r=0,153$ $p=0,002$ $n=461$
Operatör seçeneğimin az olması, beni umutsuz hissettirir.	$r=0,209$ $p=0,000$ $n=461$	$r=0,173$ $p=0,001$ $n=461$

D. Regresyon Analizi Bulguları

Her yapıya (construct) ait ölçek ifadelerinin bağımsız olarak değerlendirilip ayrı faktör analizleri ile değerlendirilmesi, bunlar arası etkilerin analizinin regresyon ile yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Regresyon analizi ile hizmet kalite algısı ve kurumsal imaj algısının hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ve ilişkiden istediği zaman çıkabilme, seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ve hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme üzerindeki etkileri test edilmiştir. Tablo 6'da yer alan analizlerin VIF değerlerinin 5'ten küçük olması da çoklu doğrusallık varsayımının sağlandığına işaret etmektedir.

Tablo 6. Lineer Regresyon Analizleri

Tutsaklık Boyutları	Seçenek Boyutu	Güç ve Kontrol Boyutu		Ses Boyutu
	Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı duyguları $F=5,232$ $sd:6/454$ $P=0,000$ $R^2=0,065$	Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme $F=62,335$ $sd:6/454$ $p=0,000$ $R^2=0,452$	Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme $F=54,87$ $sd:6/454$ $p=0,000$ $R^2=0,420$	Hizmetten memnuniyetsizliği dile getirme $F=12,315$ $sd:6/454$ $p=0,000$ $R^2=0,240$
(Sabit)	Katsayı=-0,002 $t=-0,042$ $p=0,966$	Katsayı=-0,005 $t=-0,130$ $p=0,897$	Katsayı=-0,013 $t=-0,359$ $p=0,719$	Katsayı=1,817 $t=35,58$ $p=0,000$
Güven VIF=4,082	Katsayı=-0,150 $t=-1,645$ $p=0,101$	Katsayı=0,066 $t=0,934$ $p=0,351$	Katsayı=0,211 $t=2,913$ $p=0,004$	Katsayı=-0,266 $t=-2,580$ $p=0,010$
Teknik Performans VIF=2,445	Katsayı=-0,060 $t=-0,855$ $p=0,393$	Katsayı=0,306 $t=5,653$ $p=0,000$	Katsayı=0,018 $t=0,325$ $p=0,745$	Katsayı=0,118 $t=1,481$ $p=0,139$
Adil Fiyat Algısı VIF=2,216	Katsayı=-0,037 $t=-0,563$ $p=0,573$	Katsayı=0,061 $t=1,191$ $p=0,234$	Katsayı=0,360 $t=6,824$ $p=0,000$	Katsayı=-0,163 $t=-2,617$ $p=0,031$
Müşteri Hizmetleri Performansı VIF=2,036	Katsayı=0,105 $t=1,641$ $p=0,102$	Katsayı=0,112 $t=2,268$ $p=0,024$	Katsayı=0,018 $t=0,359$ $p=0,719$	Katsayı=0,178 $t=2,462$ $p=0,014$
Hizmet Telifisi VIF=1,058	Katsayı=0,214 $t=4,600$ $p=0,000$	Katsayı=0,135 $t=3,751$ $p=0,000$	Katsayı=0,010 $t=0,278$ $p=0,781$	Katsayı=0,280 $t=3,576$ $p=0,000$
Kurumsal İmaj VIF=2,442	Katsayı=0,100 $t=1,447$ $p=0,149$	Katsayı=0,224 $t=4,217$ $p=0,000$	Katsayı=0,125 $t=2,264$ $p=0,024$	Katsayı=0,123 $t=2,326$ $p=0,020$

Tüketicinin deneyimlediği seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığının olumsuz duygusal yansımalarının algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisine yönelik oluşturulan H1 hipotezin alt hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1a: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H1b: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H1c: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H1d: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H1e: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H1f: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Katsayı tahminlerinin anlamlılık değerleri sadece hizmet telafisi faktörünün hizmet tutsaklığı faktörünün %6,5'ini anlamlı olarak açıkladığını göstermektedir (Tablo 6). H1e hipotezi desteklenmiştir. Bu durum, operatörler ilgili karşılaşılan bir sorunun çözümünün uzun ve karmaşık olmasının tüketicinin negatif duygular hissetmesine neden olduğunu göstermektedir. Literatürde, bir hizmet ilişkisinde tüketicinin karşılaştığı bir sorunun çözümünün zayıf ve yavaş olması olumsuz duyguların ortaya çıkmasına neden olduğu belirtilmektedir (Chebat ve Slusarczyk, 2005). Bu bağlamda, elde edilen bulgular literatürü desteklemektedir. Ayrıca, tüketici bir sorunun çözümünün uzun sürmesi sebebiyle hissettiği olumsuz duyguların telafisi için daha çok çaba beklemektedir (Hogreve vd., 2017). Bu nedenle, tüketicinin operatörüne karşı negatif duygular hissetmesi uzun ve karmaşık olan çözüm sürecinde daha az toleranslı olmasına ve operatöründen sorunun çözümüne yönelik daha çok çaba beklemesine neden olacaktır.

Tüketicinin hizmet ilişkisinde sahip olduğu güç ve kontrolün tüketicinin algıladığı hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisine yönelik hipotez 2 ve hipotez 3 oluşturulmuştur. Bu bağlamda, hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasında ilişkiye yönelik oluşturulan H2 hipotezinin alt hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H2a: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H2b: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H2c: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H2d: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H2e: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H2f: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Katsayı tahminlerinin anlamlılık değerlerine göre teknik performans, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi ve kurumsal imaj faktörleri, hizmet ilişkisine isteyerek girme faktörünün %45,2'sini anlamlı olarak açıklamaktadır (Tablo 6). Bu doğrultuda, H2b, H2d, H2e ve H2f hipotezleri desteklenmiştir. Bu bulgu, operatörünün sunduğu hizmetlerin performansının tüketicinin hizmet ilişkisine girmesinde etkili olduğunu göstermektedir. Literatürde hizmet performansının algılanan hizmet kalitesinin önemli bir göstergesi olduğu ifade edilmektedir (Liljander ve Strandvik, 1997). Operatör seçimi yaparken hizmet kalitesi etkilidir (Şengün ve Menteş, 2018; Adebıy vd., 2016). Ayrıca, hizmet performansı tüketicinin mevcut operatörüyle ilişkisine devam etmesinde/sonlandırmasında ve yeni bir operatöre geçmesinde etkili olmaktadır (Çavuşoğlu vd., 2021). Bu bağlamda, hizmet performansı tüketicinin seçtiği operatörle hizmet ilişkisine girme konusunda istekli olmasında ve operatörünün en iyi seçenek olduğunu düşünmesinde etkili olmaktadır. Ayrıca kurumsal imajın hizmet ilişkisine isteyerek girebilme arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkisi, operatörün kurumsal imajının tüketicinin hizmet ilişkisine girmeye istekli olmasında etkisi olduğuna işaret etmektedir. Kurumsal imajın tüketicinin davranışsal niyetini etkilediği bilinmektedir (Wu, 2014). Bu bağlamda, bulgular literatürle uyumludur.

Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasındaki ilişkiye yönelik oluşturulan H3 hipotezinin alt hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H3a: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H3b: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H3c: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H3d: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H3e: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H3f: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Katsayı tahminlerinin anlamlılık değerlerine göre güven, adil fiyat algısı ve kurumsal imaj faktörlerinin hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme faktörünün %42'sini açıkladığı görülmektedir (Tablo 6). Bu doğrultuda, H3a, H3c ve H3f hipotezleri desteklenmiştir. Bu bağlamda, operatörüne güvenen tüketiciler hizmet ilişkisini sonlandırmak istediğinde operatörünün kendisine zorluk çıkarmayacağını düşünmektedir. Operatörüne güvenen tüketiciler, operatörünün, müşterisinin çıkarlarını ve ihtiyaçlarını dikkate alacağını ve bu nedenle, hizmet ilişkisini sonlandırırken zorluk çıkarmayacağını düşünüyor olabilirler. Bununla

birlikte, operatörünün fiyatlandırma konusunda dürüst ve makul olduğunu düşünen tüketiciler hizmet ilişkisinden ayrılmak istediğinde zorluklarla karşılaşmayacağını düşünmektedir. Operatörünün kazanç elde etmek için bir durumdan (hizmet ilişkisini sonlandırmayı isteme durumu gibi) faydalanması tüketicinin adaletsizlik algısının oluşmasında etkili olmaktadır (Mayer ve Avila, 2014). Algılanan fiyat adaleti, tüketicinin operatörüyle olan ilişkisini etkilemektedir (Ahmat vd., 2011). Bu bağlamda, operatörünün fiyatlandırma konusunda adil davrandığını düşünen tüketici, operatörünün ilişkiyi sonlandırma isteğini kazanç elde etmek için kullanmayacağını düşünmektedir. Ayrıca, sonuçlarda kurumsal imajın hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme arasında pozitif anlamlı etki olduğu görülmektedir. Kurumsal imaj, tüketicinin kurum hakkındaki olumlu düşüncesini kurumla ilgili her şeye yansıtmasıyla sonuçlanmaktadır (Lai vd., 2009). Bu bağlamda, tüketicinin operatörünün olumlu bir kurumsal imaja sahip olduğu yönündeki değerlendirmelerinin, operatörüyle ilişkisini sonlandırmak istediğinde, zorluklar ve olumsuz durumlarla karşılaşmayacağına ilişkin görüş geliştirmesine neden olduğuna işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle, operatörün kurumsal imajının tüketicinin hizmet ilişkisine girme ve ilişkiyi sonlandırma anında zorluklarla karşılaşmayacağını, sürecin kolay olacağını düşünmesinde etkili olmaktadır.

Tüketicinin memnuniyetsizliğini dile getirmesinin algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj ile ilişkisine yönelik oluşturulan H4 hipotezinin alt hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H4a: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H4b: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H4c: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H4d: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H4e: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.

H4f: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.

Katsayı tahminlerinin anlamlılık değerlerine göre güven, adil fiyat algısı, müşteri hizmetleri performansı, hizmet telafisi ve kurumsal imaj faktörlerinin hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirmenin %24'ünü açıkladığı görülmektedir (Tablo 6). Ses boyutu bakımından hizmet tutsaklığı üzerinde teknik performans haricindeki algılanan kalite boyutlarının ve kurumsal imajın anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. Bu doğrultuda, H4a, H4c, H4d, H4e, H4f hipotezleri desteklenmiştir. Elde edilen bulgular, operatöre duyulan güvenin ve adil fiyat algısının ses boyutu bakımından hizmet tutsaklığı üzerinde negatif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Operatöre duyulan güvenin, tüketici için mevcutta ve gelecekte operatörün sunacağı hizmete yönelik belirsizliği azaltırken, alternatif

operatöre geçiş durumunda ortaya çıkan maliyetlerin yüksek olduğu algısının oluşmasına neden olduğu belirtilmektedir (Aydın ve Özer, 2005). Tüketicilerin algıladığı bu maliyetler memnuniyetsizliklerini dile getirme konusunda istekliliklerini etkilemektedir. Tüketicinin alternatif operatöre geçtiğinde karşılaşacağı maliyetlerin yüksek olduğunu düşünmesi, hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda daha az çekingen davranmasına neden olmaktadır (Bergel ve Brock, 2018). Bu bağlamda, operatörüne güvenen tüketicilerin memnuniyetsizliklerini çekinmeden dile getirmesi beklenmektedir. Ancak, bulgular, tersi bir duruma işaret etmekte, operatörüne güvenen tüketicilerin hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda çekingen davrandığını göstermektedir. Bu bağlamda, tüketicinin operatörünün ihtiyaçlarını ve çıkarlarını dikkate alacağını düşünmesinin ve vaatlerini yerine getireceğine olan inancının memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda çekingen davranmasına neden olduğu söylenebilir. Bir hizmet ilişkisinde, algılanan fiyat adaletsizliği durumu müşteri şikayetlerine neden olmaktadır (Chebat ve Slusarczyk, 2005; Ahmat vd., 2011). Adil fiyat algısının hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme üzerindeki negatif etkisi, tüketicinin operatörünün fiyatlandırmasına yönelik bir adaletsizlik olduğunu düşünmesinin memnuniyetsizliğini dile getirmesine neden olacağını göstermektedir. Bu bağlamda, elde edilen bulgular literatür ile uyumludur. Elde edilen bulgular, müşteri hizmetleri performansının ve hizmet telafisinin memnuniyetsizliğinin dile getirme üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Tüketicinin, kullandığı operatörün hizmetten memnuniyetsizliklerini iletebilmesi için oluşturduğu sisteme ve operatörün personellerine yönelik pozitif düşüncelerinin memnuniyetsizliklerini operatörüne iletme konusunda etkili olduğu görülmektedir (Bozacı vd., 2012). Bu bağlamda, tüketicinin müşteri hizmetleri performansına yönelik olumlu değerlendirmeleri memnuniyetsizlikleri çekinmeden dile getirmelerinde etkili olmaktadır. Bulgular, hizmet ilişkisinde tüketicinin karşılaştığı bir sorunun çözümünün uzun ve karmaşık olmasının operatöründen memnuniyetsizliğini çekinmeden dile getirmesinde etkili olduğunu göstermektedir. Bunun sebebi, bir sorunun uzun ve karmaşık çözümünün tüketicinin negatif duygular hissetmesine neden olması (Chebat ve Slusarczyk, 2005) ve tüketicinin hissettiği negatif duyguların şikayet etme davranışıyla sonuçlanması (Calvo-Porrall ve Otero-Prada, 2021) olabilir. Başka bir ifadeyle, bir sorunun çözümünün uzun ve karmaşık olmasının tüketicide yarattığı negatif duyguların dışavurumu olabilir. Kurumsal imajın hizmetten memnuniyetsizliği dile getirme üzerindeki pozitif etkisi, tüketicinin operatörünün olumlu bir kurumsal imaja sahip olduğu yönündeki değerlendirmelerinin hizmetten memnuniyetsizliğini operatörüne çekinmeden iletebilmesinde etkili olduğunu göstermektedir. Bunun sebebi, tüketicinin olumlu bir kurumsal imaja sahip operatörün hizmetinden memnuniyetsizliğini dile getirdiğinde, dikkate alınacağını ve telafisi için çaba harcayacağı düşüncesi olabilir.

Tablo 7. Hipotezlerin Değerlendirme Sonuçları

H1: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	
H1a: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H1b: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H1c: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H1d: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H1e: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H1f: Seçenek azlığı kaynaklı hizmet tutsaklığı ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H2: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	
H2a: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H2b: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H2c: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H2d: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H2e: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H2f: Hizmet ilişkisine isteyerek girebilme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H3: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	
H3a: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H3b: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H3c: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H3d: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H3e: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H3f: Hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite boyutları ve kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	
H4a: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite güven boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4b: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite teknik performans boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Red
H4c: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite adil fiyat algısı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4d: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite müşteri hizmetleri performansı boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4e: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile algılanan kalite hizmet telafisi boyutu arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4f: Hizmetten memnuniyetsizliğini dile getirme ile kurumsal imaj arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmada tüketicinin bir hizmet ilişkisinde, seçim, ses, güç ve kontrol bakımından kısıtlı olduğu, diğer bir ifadeyle tutsak olduğu (Furrer vd., 2021; Rayburn, 2015) tüketici deneyimleri, sağlayıcının az olduğu, uzun vadeli abonelikler gibi sebeplerle hizmet ilişkisini sonlandırmanın zor olduğu mobil iletişim sektörü bağlamında incelenmiştir. Mobil iletişim sektöründe algılanan hizmet kalitesi ve kurumsal imaj olguları sıkça araştırılmasına rağmen bunların hizmet tutsaklığı ilişkileri henüz yeterince sorgulanmamıştır.

Çalışma kapsamında, elde edilen bulgular, beklenenin aksine, tüketicilerin hizmet aldıkları operatörlerine yoğun bir tutsaklık duygusu hissetmediğini göstermektedir. Bununla birlikte, operatör seçeneği olmayan tüketicilerin tutsaklık nedeniyle olumsuz duygular hissettiğini, tüketicilerin ses bakımından kısıtlı bir deneyim yaşamadığını göstermektedir. Rayburn (2015) tüketicilerin personelin olumsuz tepkileri veya dikkate alınmayacağı düşüncesiyle sessiz kalmayı tercih ettiğini belirtmektedir. Bulgular ise, Türk tüketicisinin operatörünün hizmetinden memnuniyetsizliğini çekinmeden dile getirdiğini, yani, sesini kullanabildiğini ve bu açıdan tutsaklığın düşük olduğunu göstermektedir. Literatürde, memnuniyetsizliği dile getirmenin tutsaklık duygusunu hafifletmede etkili olmadığı Furrer vd. (2021) belirtilse de, bulgular, aksinin olabileceğine işaret etmektedir.

Seçenek boyutu bakımından incelendiğinde hizmet tutsaklığı duyguları üzerinde hizmet telafisi faktörü haricinde algılanan kalite ve kurumsal imajın genel olarak anlamlı etkisi olmadığı bulunmuştur. Hizmet telafisinin seçenek azlığı nedeniyle hissedilen olumsuz duygulara etkisinin sebebi literatürde belirtildiği gibi, hizmet ilişkisinde karşılaşılan sorunların çözüm sürecindeki yavaşlığın tüketicide olumsuz duyguları ortaya çıkarması olabilir (Chebat ve Slusarczyk, 2005). Tüketicinin duygularının markayla olan ilişkisinde etkisinin bulunması (Park ve MacInnis, 2018), operatörler için önem taşımaktadır. Bununla birlikte, uzun çözüm süreçlerinin neden olduğu olumsuz duyguların telafisi için tüketicinin daha çok çaba beklentisinde olması (Hogreve vd., 2017), tüketicide olumsuz duygular oluşmadan operatörlerin uzun ve karmaşık çözüm süreçlerini iyileştirmeye yönelik çalışmalar yapmasını önemli kılmaktadır. Böylece, daha düşük bir maliyet ve çabayla tüketicide oluşan olumsuz duygular ortadan kaldırılabılır. Bu bağlamda, elde edilen bulgular, hizmet tutsaklığının neden olduğu olumsuz duyguların oluşmasında etkili olan durumları ortaya koymakta ve operatörlerin uzun ve karmaşık çözüm süreçlerine yönelik çalışmalar yapmasının tüketicisiyle olan ilişkilerini iyileştirmelerinde fayda sağlayacağını göstermektedir.

Güç ve kontrol boyutu açısından bulgular operatörün teknik performansının, müşteri hizmetleri performansının, hizmet telafisinin ve kurumsal imajının tüketicinin hizmet ilişkisine isteyerek girmesinde etkisi olduğunu göstermektedir. Tüketicinin operatörüyle hizmet ilişkisinin başlamasında, devam etmesinde ve sonlanmasında hizmet performansının etkisi bulunmaktadır (Çavuşoğlu vd., 2021). Bu nedenle, tüketicinin operatörüyle hizmet ilişkisini

girme konusunda istekli olmasında operatörün teknik ve müşteri hizmetleri performansının etkili olduğu bulgusu literatürle uyumludur. Ayrıca, kurumsal imajın tüketicinin davranışsal niyetini etkileyen bir unsur olması (Wu, 2014), operatörün kurumsal imajının tüketicinin hizmet ilişkisine girmesinde istekli olmasındaki etkisini açıklamaktadır. Diğer yandan, bulgular, operatöre duyulan güven, adil fiyat algısı ve kurumsal imajın tüketicinin hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilmesinde etkisi olduğunu göstermektedir. Bir hizmet ilişkisinde güven, tüketici hizmet sağlayıcının güvenilir ve dürüst olduğuna inandığında oluşmaktadır (Morgan ve Hunt, 1994). Operatörün vaatlerini yerine getireceğini, müşterisinin çıkarlarını ve ihtiyaçlarını dikkate alacağını düşünen yani, operatörüne güvenen tüketiciler hizmet ilişkisini sonlandırmak istediğinde zorluklarla karşılaşmayacağını düşünmektedir. Operatörünün dürüst ve güvenilir olduğuna inanan tüketici operatörünün hizmet ilişkisinden ayrılırken beklenmedik zorluklar çıkarmayacağını ve bu sebeple, hizmet ilişkisinden istediği zaman ayrılabilceğini düşünüyor olabilir. Tüketici hizmet ilişkisini sonlandırmak istediğinde operatörün kazanç elde etmek için bu durumu kullanması adalet algısının olumsuz etkilerken (Mayer ve Avila, 2014), tüketicinin operatörünün fiyatlandırmada adil davrandığını düşünmesi adalet algısını olumlu etkilemektedir. Bu nedenle, tüketici hizmet ilişkisini sonlandırmak istediğinde operatörünün bu durumu kazanç elde etmek için kullanmayacağını, adil davranacağını düşünmektedir. Kurumsal imaj, tüketicinin kurumla ilgili yaptıkları bütün değerlendirmeleri şekillendirmektedir (Lai, Griffin ve Babin, 2009). Bu nedenle, tüketicinin operatörünün olumlu bir kurumsal imaja sahip olduğu yönündeki değerlendirmesi hizmet ilişkisini sonlandırırken zorluklarla karşılaşmayacağını, sürecin kolay olacağını düşünmesinde etkili olmaktadır.

Ses boyutu bakımından hizmet tutsaklığı üzerinde teknik performans haricindeki algılanan kalite boyutlarının ve kurumsal imajın anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur. Tüketicinin operatörüne duyduğu güven, operatörünün sunacağı hizmetlere yönelik belirsizliği azaltırken başka operatöre geçiş durumunda maliyetin yüksek olduğu algısının oluşmasına neden olduğu (Aydın ve Özer, 2005), algılanan yüksek geçiş maliyetinin ise tüketicinin memnuniyetsizliğini dile getirme konusundan daha istekli davranmasına neden olduğu (Bergel ve Brock, 2018) belirtilmektedir. Ancak elde edilen bulgular, tersi bir duruma işaret etmekte, operatörüne güvenen tüketicilerin hizmette yönelik memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda çekingen davrandığını göstermektedir. Tüketicinin operatörüne duyduğu güven, ihtiyaçlarının ve çıkarlarının dikkate alınacağını düşünmesine, vaatlerin yerine getirileceğine inanmasına ve memnuniyetsizliğini dile getirme konusunda çekingen davranmasına neden olduğu söylenebilir. Tüketicinin hizmet ilişkisinde algıladığı fiyat adaletsizliği şikayet davranışıyla sonuçlanmaktadır (Chebat ve Slusarczyk, 2005; Ahmat vd., 2011). Bu bağlamda, elde edilen bulgular, tüketicinin operatörünün fiyatlandırmasına yönelik bir adaletsizlik olduğunu düşünmesinin memnuniyetsizliğini dile getirmesine etkili ve literatürle uyumlu olduğunu göstermektedir. Operatörün tüketicisinin hizmette ilgili görüşlerini iletebilmesi amacıyla oluşturduğu sistem ve personellerinin

tüketicisinin memnuniyetsizliklerini dile getirmesinde etkisinin bulunması (Bozacı vd., 2012), tüketicinin müşteri hizmetleri performansına yönelik olumlu değerlendirmeleri memnuniyetsizlikleri çekinmeden dile getirmelerinde etkili olduğu bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda, müşteri hizmetlerinin hızlı, ulaşılabilir ve nazik personellerinin olmasının tüketicilerin memnuniyetsizlikleri dile getirirken daha istekli olmasına neden olduğu söylenebilir. Tüketicinin hizmet ilişkisinde karşılaştığı bir sorunun çözümünün uzun ve karmaşık olması negatif duygular hissetmesine neden olduğu (Chebat ve Slusarczyk, 2005) ve negatif duyguların şikayet etme davranışıyla sonuçlandığı (Calvo-Porrall ve Otero-Prada, 2021) belirtilmektedir. Bu nedenle, tüketici uzun ve karmaşık çözümlerin neden olduğu olumsuz duyguları memnuniyetsizliğini dile getirerek dışa vurarak hafifletmeye çalışıyor olabilir. Tüketicinin operatörünün olumlu bir kurumsal imaja sahip olduğu yönündeki değerlendirmelerinin hizmetten memnuniyetsizliğini çekinmeden dile getirmesinde etkili olması, operatörün konuyu dikkate alınacağı ve memnuniyetsizliği telafi etmek için çaba harcayacağı düşüncesi olabilir.

Araştırma sorusu doğrultusunda yapılan analizlerde algılanan hizmet kalitesi boyutlarının ve kurumsal imajın hizmet tutsaklığın farklı boyutları (seçenek, ses, güç ve kontrol) üzerinde farklı düzeylerde anlamlı etkilerini göstermektedir. Algılanan hizmet kalitesi boyutlarının ve kurumsal imajın en az seçenek azlığı nedeniyle yaşanan tutsaklık duyguları üzerinde ve en çok ses boyutu üzerinde etkili olduğu öne sürülebilir. Kurumsal imaj, güç ve kontrol boyutları olan hizmet ilişkisine isteyerek girme ve isteyerek çıkma üzerinde etkilidir. Kalite boyutlarından teknik performans, müşteri hizmetleri performansı ve hizmet telafisi hizmet ilişkisine isteyerek girme üzerinde etkili iken adil fiyat ve güven ise hizmet ilişkisinden isteyerek çıkma üzerinde etkilidir.

Tüketiciler monopol ve oligopol pazar yapılarında hizmet sağlayıcı seçeneğinin azlığı nedeniyle gücün hizmet sağlayıcının lehine olduğu bir hizmet ilişkisine girmek ve bu hizmet ilişkisini sürdürmek zorunda kalabilirler (Fullerton, 2005; Rayburn, vd., 2020). Hizmet sağlayıcı seçeneğinin az olması, memnuniyetsizlik durumunda tüketicinin başka bir hizmet sağlayıcıya geçişini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, tüketici hizmet memnuniyetsizliğini dile getirme ihtiyacı duyacaktır (Dowding vd., 2000). Tutsak tüketicilerin duygusal destek almak amacıyla olumsuz söylenti davranışında bulunduğu belirtilmiştir (Furrer vd., 2021). Bu bağlamda, seçeneğin az olduğu ve gücün hizmet sağlayıcının lehine olduğu monopol ve oligopol pazar yapılarında işletmelerin tüketicinin memnuniyetsizliğini dile getirebilmesine olanak tanınması gerekmektedir. Tüketicilerin müşteri hizmetleri performansına yönelik olumlu değerlendirmelerinin memnuniyetsizliklerini çekinmeden dile getirmelerinde etkili olduğu görülmektedir. Bu nedenle, işletmelerin tüketicilerin memnuniyetsizliklerini çekinmeden dile getirmesine ortam sağladığında olumsuz söylentinin neden olacağı işletmenin aleyhine olacak durumların önüne geçilmiş olacaktır.

Özetle, bulgular, mobil iletişim sektöründe beklenen ölçüde hizmet tutsaklığı yaşanmadığını, genel olarak kurumsal imaj ve algılanan kalitenin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Verilerin Covid-19 döneminde toplanması bu bulgularda etkili olmuş olabilir. Nitekim, operatörler, bu dönemde, genel olarak tüketicilerin kapanma nedeniyle evden çalışma ihtiyaçlarını karşılamak için yüksek performansla çalışmış, sorunları gidermek için hızlı hareket etmiş, EBA gibi eğitim platformlarına erişim için ücretsiz internet sunmuş ve fiyatları stabil sürdürmüşlerdir. Olağan dönemlerde hizmet tutsaklığının ne ölçüde deneyimlediğini araştırmak için çalışmanın tekrarlanması önerilebilir.

Covid-19 döneminde kolayda örnekleme yoluyla veri toplanması, çalışmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Gelecek çalışmalarda hizmet tutsaklığı kavramı sağlık hizmetleri, ulaşım hizmetleri gibi farklı hizmet alanlarında ve olağan dönemlerde incelenebilir. Ayrıca, hizmetlere ulaşım konusunda lokasyon veya sağlık problemleri gibi sebeplerle sorun yaşayan dezavantajlı tüketici gruplarına da odaklanılabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışma kapsamındaki tüm süreçlerde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makalenin teorik kısmı ve araştırma tasarımı yazarlar tarafından ortak olarak hazırlanmıştır. Veri toplama süreci ilk yazar tarafından gerçekleştirilmiştir. Veri analizi, literatür doğrultusunda yorumu ve sonuç kısımları yazarlar tarafından ortak olarak hazırlanmıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarların herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar ilişkisi yoktur.

KAYNAKÇA

- Abd-Elrahman, A. E. H., & Kamal, J. M. A. (2020). Relational capital, service quality and organizational performance in the Egyptian telecommunication sector. *International Journal of Emerging Markets*, 1-26. Doi: 10.1108/IJOEM-11-2019-0983
- Adebisi, S. O., Shitta, H. A., & Olonade, O. P. (2016). Determinants of customer preference and satisfaction with Nigerian mobile telecommunication services. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 8(1), 1-12. <https://bvimsr.org/wp-content/uploads/2020/04/1.-Sulaimon-Olanrewaju-ADEBIYI.pdf>
- Afiuc, O., Bonsu, S. K., Manu, F., Knight, C. B., Panda, S., & Blankson, C. (2020). Corporate social responsibility and customer retention: evidence from the telecommunication industry in Ghana. *Journal of Consumer Marketing*, 38(1), 1-13. Doi: 10.1108/JCM-10-2019-3459
- Agyei, P. M., Kilika, J. M., & Mensah, P. A. (2014). Relationship between corporate image and customer loyalty in the mobile telecommunication market in Kenya. *Management Studies*, 2(5), 299-308. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=raOy-9UAAAAJ&citation_for_view=raOy-9UAAAAJ:9yKSN-GCBOIC
- Ahmat, N. C., Radzi, S. M., Zahari, M. S. M., Muhammad, R., Aziz, A. A., & Ahmad, N. A. (2011). The effect of factors influencing the perception of price fairness towards customer response behaviors. *Journal of Global management*, 2(1), 22-38. http://www.globalresearch.com.my/journal/management_v02n01n02/0003_Article_169_Final_PG022_038.pdf

- Anderson, L., Ostrom, A. L., Corus, C., Fisk, R. P., Gallan, A. S., Giraldo, M., & Williams, J. D. (2013). Transformative service research: An agenda for the future. *Journal of Business Research*, 66(8), 1203-1210. Doi: 10.1016/j.jbusres.2012.08.013
- Andrés-Martínez, M. E., Gómez-Borja, M. Á., & Mondéjar-Jiménez, J. A. (2013). A review of the price fairness perception concept. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 26(2), 318-342. Doi: 10.1108/ARLA-06-2013-0067
- Aslam, W., Arif, I., Farhat, K., & Khursheed, M. (2018). The Role of customer trust, service quality and value dimensions in determining satisfaction and loyalty: An Empirical study of mobile telecommunication industry in Pakistan. *Market-Tržište*, 30(2), 177-194. Doi: 10.22598/mt/2018.30.2.177
- Aydın, S., & Özer, G. (2005). The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of marketing*, 39(7/8), 910-925. Doi: 10.1108/03090560510601833
- Barich, H., & Kotler, P. (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94-104. <https://www.proquest.com/docview/224961405?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- Bartlett, J. E., Körtlik, J. W. & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50. <https://www.opalco.com/wp-content/uploads/2014/10/Reading-Sample-Size1.pdf>
- Beimborn, E. A., Greenwald, M. J., & Jin, X. (2003). Accessibility, connectivity, and captivity: impacts on transit choice. *Transportation Research Record*, 1835(1), 1-9. Doi: 10.3141/1835-01
- Bergel, M., & Brock, C. (2018). The impact of switching costs on customer complaint behavior and service recovery evaluation. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(4), 458-483. Doi: 10.1108/JSTP-02-2017-0035
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2021). *Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu 2020 4.Çeyrek*. Ankara.
- Bove, L. L., & Robertson, N. L. (2005). Exploring the role of relationship variables in predicting customer voice to a service worker. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(2), 83-97. Doi: 10.1016/j.jretconser.2004.03.003
- Bozacı, İ., Durukan, T., & Gökdeniz, İ. (2012). Müşterinin firmaya şikâyet etme eğilimini etkileyen örgütsel faktörler üzerine uygulamalı bir çalışma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 47(2), 30-46. <http://aksarayiibd.aksaray.edu.tr/en/download/article-file/209427>
- Calvo-Porrá, C., & Otero-Prada, L. M. (2021). The emotional influence on satisfaction and complaint behavior in hedonic and utilitarian services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 13(3), 471-488. Doi: 10.1108/IJQSS-02-2020-0019
- Chadha, S. K., & Kapoor, D. (2009). Effect of switching cost, service quality and customer satisfaction on customer loyalty of cellular service providers in Indian market. *IUP Journal of Marketing Management*, 8(1), 23-37. <https://www.proquest.com/docview/199908261/fulltextPDF/59F4638575AE407BPQ/1?accountid=10699>
- Chang, C. P. (2009). The relationships among corporate social responsibility, corporate image and economic performance of high-tech industries in Taiwan. *Quality and Quantity*, 43(3), 417-429. Doi: 10.1007/s11135-007-9117-z
- Chebat, J. C., & Slusarczyk, W. (2005). How emotions mediate the effects of perceived justice on loyalty in service recovery situations: an empirical study. *Journal of business research*, 58(5), 664-673. Doi: 10.1016/j.jbusres.2003.09.005
- Chebat, J. C., Davidow, M., & Borges, A. (2011). More on the role of switching costs in service markets: A research note. *Journal of Business Research*, 64(8), 823-829. Doi: 10.1016/j.jbusres.2010.10.003
- Chiu, K. H., & Hsu, C. L. (2010). Research on the connections between corporate social responsibility and corporation image in the risk society: Take the mobile telecommunication industry as an example. *International Journal of Electronic Business*

- Management*, 8(3), 183-194.
https://web.archive.org/web/20130513022448id_/http://ijebm.ie.nthu.edu.tw:80/IJEBM_Web/IJEBM_static/Paper-V8_N3/A02.pdf
- Conlon, D. E., Van Dyne, L., Milner, M., & Yee Ng, K. (2004). The effects of physical and social context on evaluations of captive, intensive service relationships. *Academy of Management Journal*, 47(3), 433-445. Doi: 10.5465/20159592
- Cronbach, L. J., & Shavelson, R. J. (2004). My current thoughts on coefficient alpha and successor procedures. *Educational and Psychological Measurement*, 64(3), 391-418. Doi: 10.1177/001316440426638
- Çavuşoğlu, S., Dağ, K., & Demirağ, B. (2021). Müşteri Tatmini ve Marka Değişirme Niyeti: Türkiye’de Mobil Hizmetler Üzerine Bir Çalışma. *Turkish Studies-Social Sciences*, 16(2), 543-561. Doi: 10.47356/TurkishStudies.48707
- Dowding, K., John, P., Mergoupis, T., & Van Vugt, M. (2000). Exit, voice and loyalty: Analytic and empirical developments. *European Journal of Political Research*, 37(4), 469-495. Doi: 10.1023/A:1007134730724
- Echeverri, P., & Salomonson, N. (2019). Consumer vulnerability during mobility service interactions: causes, forms and coping. *Journal of Marketing Management*, 35(3-4), 364-389. Doi: 10.1080/0267257X.2019.1568281
- Eshghi, A., Roy, S. K., & Ganguli, S. (2008). Service quality and customer satisfaction: An empirical investigation in Indian mobile Telecommunications services. *Marketing management journal*, 18(2), 119-144. <http://www.mmaglobal.org/publications/MMJ/MMJ-Issues/2008-Fall/MMJ-2008-Fall-Vol18-Issue2-Complete.pdf#page=126>
- Fliess, S., & Volkers, M. (2020). Trapped in a service encounter: Exploring customer lock-in and its effect on well-being and coping responses during service encounters. *Journal of Service Management*, 31(1), 79-114. Doi: 10.1108/JOSM-01-2019-0013
- Fullerton, G. (2005). How commitment both enables and undermines marketing relationships. *European journal of marketing*, 39(11/12), 1372-1388. Doi: 10.1108/03090560510623307
- Furrer, O., Kerguignas, J. Y., & Landry, M. (2021). Customer captivity, negative word of mouth and well-being: a mixed-methods study. *Journal of Services Marketing*, 35(6), 755-773. Doi: 10.1108/JSM-07-2020-0311
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update*. Pearson: Boston
- Giovanis, A., Athanasopoulou, P., & Tsoukatos, E. (2016). The role of corporate image and switching barriers in the service evaluation process: evidence from the mobile telecommunications industry. *EuroMed Journal of Business*, 11(1), 132-158. Doi: 10.1108/EMJB-01-2015-0002
- Grace, D., & O’Cass, A. (2003). Child care services: an exploratory study of choice, switching and search behaviour. *European Journal of Marketing*, 37(1/2), 107-132. Doi: 10.1108/EMJB-01-2015-0002
- Grönross, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44. Doi: 10.1108/EUM000000004784
- Guillemot, S., Dyen, M., & Tamaro, A. (2022). Vital service captivity: coping strategies and identity negotiation. *Journal of Service Research*, 25(1), 66-85. Doi: 10.1177/1094670521104483
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2012). The impact of unprofitable customer abandonment on current customers' exit, voice, and loyalty intentions: An empirical analysis. *Journal of Services Marketing*, 26(6), 458-470. Doi: 10.1108/08876041211257936
- Hassan, M., Hassan, S., Nawaz, M. S., & Aksel, I. (2013). Measuring customer satisfaction and loyalty through service fairness, service quality and price fairness perception: an empirical study of Pakistan Mobile telecommunication sector. *Science International*, 25(4), 971-980. <http://www.sci-int.com/pdf/678370984masood%20%26%20Saad.pdf>
- Hassan, S., Shamsudin, M. F., & Mustapha, I. (2019). The effect of service quality and corporate image on student satisfaction and loyalty in TVET higher learning institutes (HLIs).

Journal of Technical Education and Training, 11(4), 77-85. Doi: 10.30880/jtet.2019.11.04.009

- Henderson, S. (2003). Power imbalance between nurses and patients: a potential inhibitor of partnership in care. *Journal of clinical nursing*, 12(4), 501-508. Doi: 10.1046/j.1365-2702.2003.00757.x
- Hogreve, J., Bilstein, N., & Mandl, L. (2017). Unveiling the recovery time zone of tolerance: when time matters in service recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(6), 866-883. Doi: 10.1007/s11747-017-0544-7
- Hooley, T., & Wellens, J., Marriott, J. (2012). What is Online Research? Using the Internet for Social Science Research. Londra: Bloomsbury Publishing.
- Hume, M., & Mort, G. S. (2010). The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts. *Journal of Services Marketing*, 24/2, 170-182. Doi: 10.1108/08876041011031136
- Ildırar, M., & Kırıl, E. (2018). Piyasa Yapısı Ve Yoğunlaşma: Türk Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Analiz. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 93-117. Doi: 10.11616/asbed.v18i38800.459484
- Ishaq, I. M. (2012). Perceived value, service quality, corporate image and customer loyalty: Empirical assessment from Pakistan. *Serbian Journal of Management*, 7(1), 25-36. Doi: 10.5937/sjm12010251
- Kaiser, H. F., & Rice, J. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 111-117. Doi: 10.1177/001316447403400115
- Kang, G. & James, J. (2004). Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(4), 266-277. Doi: 10.1108/09604520410546806
- Kaur, H., & Soch, H. (2018). Satisfaction, trust and loyalty: investigating the mediating effects of commitment, switching costs and corporate image. *Journal of Asia Business Studies*, 12(4), 361-380. Doi: 10.1108/JABS-08-2015-0119
- Kim, Y. E., & Lee, J. W. (2010). Relationship between corporate image and customer loyalty in mobile communications service markets. *African Journal of Business Management*, 4(18), 4035-4041. <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/1D71E8F17674/>
- Kumar, A. (2017). Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: an empirical investigation for the telecom service industry. *Journal of Management Research and Analysis*, 4(4), 159-166. Doi: 10.18231/2394-2770.2017.0029
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in human behavior*, 25(4), 887-896. Doi: 10.1016/j.chb.2009.03.003
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of business research*, 62(10), 980-986. Doi: 10.1016/j.jbusres.2008.10.015
- Lai, F., Hutchinson, J., Li, D., & Bai, C. (2005). An empirical assessment and application of SERVQUAL in mainland China's mobile communications industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(3), 244-262. Doi: 10.1108/02656710710730852
- Lee, C. Y. (2019). Does corporate social responsibility influence customer loyalty in the Taiwan insurance sector? The role of corporate image and customer satisfaction. *Journal of Promotion Management*, 25(1), 43-64. Doi: 10.1080/10496491.2018.1427651
- Lee, J. (2010). Perceived power imbalance and customer dissatisfaction. *The Service Industries Journal*, 30(7), 1113-1137. Doi: 10.1080/02642060802298384
- Liljander, V. & Strandvik, T. (1997). Emotions in service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 8(2), 148-69. Doi: 10.1108/09564239710166272
- Lim, H., Widdows, R., & Park, J. (2006). M-loyalty: winning strategies for mobile carriers. *Journal of consumer Marketing*, 23/4, 208-218. Doi: 10.1108/07363760610674338

- Lin, J. S. C., & Liang, H. Y. (2011). The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 350-372. Doi: 10.1108/09604521111146243
- Loke, S. P., Salim, H. M., Taiwo, A. A. ve Downe, A. G. (2011). Service quality and customer satisfaction in a telecommunication service provider. *International conference on financial management and economics*, 11(2), 23-29. <http://www.ipedr.com/vol11/5-R00009.pdf>.
- Márquez, L., Pico, R., & Cantillo, V. (2018). Understanding captive user behavior in the competition between BRT and motorcycle taxis. *Transport policy*, 61, 1-9. Doi: 10.1016/j.tranpol.2017.10.003
- Mayer, V. F., & Avila, M. (2014). Perceptions of unfairness in price increases: an experimental study. *Revista de Administração (São Paulo)*, 49, 566-577. Doi: 10.5700/rausp1168
- Miozzo, M., & Yamin, M. (2012). Institutional and sectoral determinants of headquarters-subsidiary relationships: A study of UK service multinationals in China, Korea, Brazil and Argentina. *Long Range Planning*, 45, 16-40. Doi: 10.1016/j.lrp.2011.11.001
- Mohammed, S. S., & Shahin, O. (2020). Service quality perspectives in telecommunication sector: Trust and loyalty investigation. *Amazonia Investiga*, 9(28), 394-403. Doi: 10.34069/AI/2020.28.04.44
- Negi, R. (2009). Determining customer satisfaction through perceived service quality: A study of Ethiopian mobile users. *International journal of mobile marketing*, 4(1), 31-38. <https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7f0306a9-5800-4a0c-a559-8a726e999c2f%40redis>
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236. Doi: 10.1016/S0969-6989(00)00029-1
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50. Doi: 10.1177/002224298504900
- Park, C. W., & MacInnis, D. J. (2018). Introduction to the special issue: brand relationships, emotions, and the self. *Journal of the Association for Consumer Research*, 3(2), 123-129. Doi: 10.1086/696969
- Qayyum, A., Khang, D. B., & Krairit, D. (2013). An analysis of the antecedents of loyalty and the moderating role of customer demographics in an emerging mobile phone industry. *International Journal of Emerging Markets*, 8(4), 373-391. Doi: 10.1108/IJoEM-02-2011-0019
- Rahman, M. K. B. A., Haron, S. A., Paim, L. H., Othman, M., Osman, S., & Othman, A. K. (2015). Construct Validation of Consumer Complaint Behavioral Scale in the Malaysian Mobile Phone Services Industry. *Asian Social Science*, 11(24), 6. Doi:10.5539/ass.v11n24p6
- Rahman, M. S. (2012). Service quality, corporate image and customer's satisfaction towards customers perception: an exploratory study on telecom customers in Bangladesh. *Business Intelligence Journal*, 5(1), 56-63. <https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=896babdb-99b9-4f33-8e60-a7a50af4c31f%40redis>
- Rayburn, S. W. (2015). Consumers' captive service experiences: it's YOU and ME. *The Service Industries Journal*, 35(15-16), 806-825. Doi: 10.1080/02642069.2015.1090982
- Rayburn, S. W., Mason, M. J., & Volkers, M. (2020). Service captivity: no choice, no voice, no power. *Journal of Public Policy & Marketing*, 39(2), 155-168. Doi: 10.1177/0743915619899082
- Srikanjanarak, S., Omar, A., & Ramayah, T. (2009). The conceptualisation and operational measurement of price fairness perception in mass service context. *Asian academy of management journal*, 14(2), 79-93. http://web.usm.my/aamj/14.2.2009/AAMJ_14.2.5.pdf
- Stavros, C., Westberg, K., Russell, R., & Banks, M. (2021). How positive service experiences contribute to service captivity. *Journal of Services Marketing*, 35(6), 774-790. Doi: 10.1108/JSM-08-2020-0332

- Sundie, J. M., Gelb, B. D., & Bush, D. (2008). Economic reality versus consumer perceptions of monopoly. *Journal of Public Policy & Marketing*, 27(2), 178-181. Doi: 10.1509/jppm.27.2.178
- Şengün, H. İ., & Mentеш, N. (2018). GSM operatör markalarının tüketici açısından değerlendirilmesi. *Mukaddime*, 9(1), 209-230. Doi: 10.19059/mukaddime.411249
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(9), 517-526. Doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.517
- Türkiye İstatistik Kurumu TÜİK (Mart, 2021). İşgücü İstatistikleri, Ocak 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2021-37486>
- Wong, A. (2004). The role of emotional satisfaction in service encounters. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(5), 365-376. Doi: 10.1108/09604520410557976
- Wu, H. C. (2014). The effects of customer satisfaction, perceived value, corporate image and service quality on behavioral intentions in gaming establishments. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(4), 540-565. Doi: 10.1108/APJML-03-2014-0049
- Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of marketing*, 68(4), 1-15. Doi: 10.1509/jmkg.68.4.1.42733
- Yoo, D. K., & Park, J. A. (2007). Perceived service quality: Analyzing relationships among employees, customers, and financial performance. *International Journal of Quality & reliability management*, 24(9), 908-926. Doi: 10.1108/02656710710826180
- Yu, W., Han, X., Ding, L., & He, M. (2021). Organic food corporate image and customer co-developing behavior: The mediating role of consumer trust and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 1-10. Doi: 10.1016/j.jretconser.2020.102377
- Zameer, H., Tara, A., Kausar, U., & Mohsin, A. (2015). Impact of service quality, corporate image and customer satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan. *International journal of bank marketing*, 33(4), 442-456. Doi: 10.1108/IJBM-01-2014-0015

SUMMARY

Consumers feel captive in service relationships where alternative service provider options are few, they have limited power to enter or terminate the service relationship, and cannot express their dissatisfaction with the service. Considering that, in the Türkiye's mobile communication sector, consumers are prevented from terminating their service relationship due to reasons lack of service provider options, and long-term subscriptions, they may feel captive. The purpose of this study is to examine the effect of customers' perception of service quality and corporate image evaluations on service captivity. The hypotheses are based on the relationship between perceived quality dimensions, corporate image, and service captivity due to lack of choice, consumers' willingness to enter and leave the service relationship, as well as expressing dissatisfaction with the service.

Service captivity refers to the experience in which the consumer is limited in terms of choice, voice, control and power in the service relationship. In service relationships, captive services and disadvantaged captive customers arise when the consumer cannot freely enter, terminate or evaluate the service relationship, and the number of alternatives is insufficient. Perceived service quality is the result of comparing the service provided by the service provider with the consumer's expectations from the service. Perceived service quality affects

customer satisfaction, perceived value, the consumer's intention to repurchase, loyalty and corporate image. Corporate image is an intangible structure that expresses everything in the customer's memory for a company. For this reason, the positive or negative opinions of the consumer towards the company are effective in evaluating everything related to the company in a similar way.

The population of the study consists of all consumers getting a service from any of the mobile phone operators in Turkey. Quantitative survey data were collected by online and face-to-face questionnaires and analyzes were made using data from 461 surveys.

The findings reveal that consumers who do not have enough operator options feel negative emotions caused by captivity. In addition, findings show that consumers do not prefer to remain silent and express their dissatisfaction without hesitation. In this context, it is seen that participants do not have a limited voice. It has been found that consumers who have alternatives for operator selection and can terminate the relationship do not feel trapped. In terms of the option dimension of the captivity, it was found that the perceived service quality and corporate image did not have a significant effect on service captivity, except for the service recovery factor. In terms of power and control, it was found that the technical performance, customer service performance, service recovery and corporate image of the operator are effective in the consumer's willingness to enter the service relationship. The trust in the operator, the perception of fair price and corporate image are the effective factors in ending the service relationship at any time. In terms of voice dimension, perceived quality dimensions other than technical performance and corporate image have a significant effect on service captivity. The positive evaluations of the consumer towards the corporate image are effective in their willingness to express their dissatisfaction.

Stratejik Yönetim Araçlarında İdealler ve Gerçekler

Murat SONER*

Hakan KARABACAK**

ÖZ

Stratejik yönetim kavramı kurumsal organizasyonlardaki yönetim yapısının olgunlaşma düzeyinin bir göstergesi olarak yazılı ve sözlü ifadelerde sıklıkla kullanılmaktadır. Stratejik yönetimdeki bu popülerlik başlangıç yıllarından itibaren akademik çalışmalara konu edilme oranıyla da dikkat çekmektedir. Artan bu ilgi sayesinde kendisiyle birlikte stratejik bilinç, stratejik iletişim ve stratejik yönetim araçları gibi yeni kavramlar literatüre kazandırılmıştır. Buna karşın, stratejik yönetimin kurumsal yapılara sağladığı katkının sayısal olarak ölçülebilmesi nedeniyle soyut bir kavram olarak değersizleşme tehlikesiyle de karşı karşıya kaldığı bir gerçektir. Bu nedenle, stratejik yönetimle ilişkili kavramların gerek akademik gerekse çalışma hayatına katkı sunabilmesi için aralarındaki uyumluluğun ortaya çıkarılması ve ampirik çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, stratejik yönetimin unsurlarından olan stratejik yönetim araçlarına yönelik akademik çalışmaların günlük yaşamda karşılık bulup bulmadığı, hedef kitle tarafından benimsenip benimsenmediği, diğer bir ifadeyle idealler ile gerçeklerin uyumlu olup olmadığı sorularına cevap aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Stratejik Yönetim Araçları, Kurumsal Yönetim
JEL Sınıflandırması: G38, H11, M10

Ideals and Realities in Strategic Management Tools

ABSTRACT

The concept of strategic management is frequently used in written and verbal expressions as an indicator of the maturity level of the management structure in corporate organizations. This popularity in strategic management draws attention with the rate of being the subject of academic courses from the beginning years. Thanks to this increasing interest, the literature of new concepts such as strategic awareness, strategic communication and strategic management tools that we have together has been gained. It is a fact that faces the risk of being devalued as an abstract concept due to the fact that the residual contribution of the institutional structures of the central, strategic management is not measured numerically. For this reason, in order for the concepts related to strategic management to be able to work with academic method, the compatibility between them should be revealed and studied empirically. In academic studies on strategic management tools, which are one of the insecurities of strategic management, this region is sought to answer the questions of whether it is not found in daily life, whether it is adopted by the target audience, in other words, whether ideals and realities are compatible.

Key Words: Strategic Management, Strategic Management Tools, Enterprise Management
JEL Classification: G38, H11, M10

* Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Denetim ve Risk Yönetimi Anabilim Dalı, murat.soner@student.asbu.edu.tr, Orcid Bilgisi: 0000-0002-6592-578X

**Doç.Dr. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Denetim ve Risk Yönetimi Anabilim Dalı, hakan.karabacak@asbu.edu.tr, Orcid Bilgisi: 0000-0001-6321-088X,

(Makale Gönderim Tarihi: 18.01.2023 / Yayına Kabul Tarihi: 15.12.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1238372

Makale Türü: Araştırma Makalesi

GİRİŞ

Stratejik yönetimin ilk örneklerine insanlık tarihi başlangıç yıllarında rastlanılabilmektedir. Buna karşın, kavramsal kökeni konusunda Latince yol anlamına gelen stratum kelimesinden geldiği ve Yunan Generallerden olan Strategos tarafından ortaya konulduğuna, iş dünyası içerisinde ise 1960'lardan itibaren kullanılmaya başlandığına ilişkin fikir birliğinden söz etmek mümkündür (Hoskisson vd. 1999; Erdem, 2006; Çağatay, 2019; Qehaja vd., 2017).

İş ve akademik çalışmalardaki ilk örneklerinde stratejik düşünce şekliyle karşımıza çıkan yaklaşım, 1960'larda stratejik planlama, 1980'lerde stratejik rekabet, 1990'lardan itibaren ise kurumsal yönetim yapısına uygun olarak stratejik yönetim kavramına dönüşmüştür (Barca, 2009; Wilson, 1994). 1970'lere kadar firmanın iç yapısındaki unsurlarla ilişkilendirilen stratejik yönetim, zaman içerisinde küresel, teknolojik ve rekabet ortamındaki değişimlerden etkilenecek ilgi odağını firmanın dışına, endüstri yapısına ve sektördeki rekabetçi konumuna yönlendirmiştir (Hoskisson vd., 1999).

Bu değişim süreçlerinde yapılan çalışmalar, stratejik yönetim anlayışına ve organizasyonların başarısına katkı sağlayabilmek için stratejik yönetim araçları (SYA) gibi yeni kavramları literatüre kazandırmıştır. Ancak, başlangıç yıllarındaki popülerliğinin aksine, organizasyonlara katkısının nicel olarak ölçülemediği nedeniyle zaman içerisinde bu unsurların kullanım şekli yöneticilerin inisiyatifine terk edilmiştir. Bazı yöneticiler tarafından sadece yıllık faaliyet raporları içerisinde kurumsal imaj bağlamında kullanılırken, kimi yöneticiler tarafından yasal mevzuat çerçevesinde zorunlu olarak asgari düzeyde uygulanmaya çalışılmıştır.

Bu alanda yapılan çalışmalarda stratejik yönetimle ilişkili kavramların tanıtılması amacının öncelendiği, ampirik çalışmalarda da memnuniyet oranlarına daha fazla odaklanıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan edinilen verilerden akademik çalışmalar ile uygulama başarıları arasında beklenen uyumun sağlanmadığı ortaya çıkmaktadır (Aldehayyat ve Anchor, 2008). Dahası, yapılan bu çalışmalardaki bulgulardan kullanıcılardaki bilgi ve farkındalık düzeylerinin tespit edilmesine yönelik verilerin yok denecek kadar az olduğu dikkat çekmektedir (Clark, 1997). Nitekim, bilgi veya farkındalık sahibi olunmayan bir aracın etkin bir şekilde kullanılmasının ve organizasyon başarısına katkı sağlamasının mümkün olmayacağı da bir gerçektir.

Bu itibarla, makalede stratejik yönetim araçları özelinde yayımlanan akademik çalışmalar ile çalışanlardaki bilgi ve farkındalık seviyeleri arasındaki uyum durumunun ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. İzleyen bölümde çalışmanın temel kavramları olan stratejik yönetim ve stratejik yönetim araçları kavramları incelenmektedir. Üçüncü bölümde bu uyum durumuna ilişkin bulgular ve analizler sunulmaya çalışılmıştır. Son bölümde ise değerlendirmelere yer verilmiştir.

I. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

1960 yıllarında stratejik planlama olarak ifade edilmeye başlayan yönetim anlayışının zaman içerisinde stratejik yönetime dönüşmesine karşın bazı çalışmalarda birbirlerinin yerine kullanılabildiği görülmektedir (Uysal,2020).

Ancak, stratejik yönetim anlayışının planlamanın yanı sıra uygulama ve eşzamanlı koordinasyon özellikleri sayesinde geleceğe odaklanması nedeniyle daha kapsayıcı olduğu bir gerçektir. Bu anlayış karmaşasının bir sonucu olarak literatürde stratejik yönetim için birçok tanım bulunmaktadır. Tanımsal farklılıkların ötesinde stratejik yönetim, uygulayan kuruluşlara ne yapmaya çalışıldığı konusunda rehberlik yapmaktadır. Dış ve iç değişimlerden haberdar olma, kaynak ve bütçe tasarrufu sağlama, rekabet gücünü artırma, paydaşların çıkarlarını koruma, yönetim süreçlerinde proaktif bir yaklaşım sağlama, uzun vadeli performansı artırma ve varlığını sürdürme gibi birçok fayda sağlamaktadır (Chaneta, 2011; Çelik ve Aytar, 2019; Qehaja vd., 2017).

Öte yandan, stratejik yönetim anlayışı organizasyona bu faydaları sağlayabilmek için bazı unsurlara ihtiyaç duymaktadır. Örnek olarak, stratejik yönetim anlayışını benimseyen organizasyonlar amaç ve hedeflerine ulaşabilmek için birden çok stratejiye, bu stratejileri oluşturmak içinde yeterli düzeyde veriye ve alınan kararların en uçtaki çalışana iletebilmesi için etkili bir iletişim ağına ihtiyaç duymaktadırlar (Uysal,2020). Diğer bir ifadeyle stratejik yönetim anlayışı, benimseyen organizasyonları tek başına başarıya ulaştırmaya yetememekte, kendisiyle ilişkili diğer kavramların da etkin bir şekilde kullanılmasını gerektirmektedir. Bu gereklilik, yöneticileri stratejik yönetimin en temel unsurlardan birisi olan stratejik yönetim araçlarına sevk etmektedir.

Stratejik yönetim araçları, verimli bilgi akışını sağlayarak üst yönetimi doğru kararlara ulaştıran ve alınan kararların paydaşlara ulaştırılmasını sağlayan yöntem, teknik, araç ve diğer tüm unsurlar olarak ifade edilmektedir (Erdem, 2006; SYAD, 2020; Aksoy, 2021). Etkin bir şekilde yönetilen SYA'ları sayesinde kuruluşlar, karar alınması esnasında yeni fırsatların keşfedilmesi, risklerin farkındalığı, önceliklerin belirlenmesi ile verimlilik gibi birçok faydaya ulaşabilmektedirler (Qehaja vd, 2017; Kurt, 2016). Buna karşın, stratejik yönetim araçları amaç değil, araçtır. Bu nedenle, rekabet ve küresel değişkenlere uyum sağlamak ve kendini geliştirmek için örgütler ilişkilendirdikleri fonksiyon alanına yönelik olarak; akademisyenler ise ilişkilendirdikleri çalışmaya yönelik olarak farklı stratejik yönetim araç ve tekniklerini kullanmaktadırlar (Kurt, 2016; SYAD, 2020). Örnek olarak, stratejik yönetim araçlarının kurumsal risk yönetimi ile ilişkisini inceleyen bazı çalışmalarda risk yönetiminin bütünlük içerisinde tek başına bir SYA olarak ifade edildiği (Qehaja vd. 2017), bazı çalışmalarda ise risk olasılığı matrisi ve hata ağacı analizi gibi risk yönetimi araçları şeklinde ayrı ayrı incelendiği görülmektedir.

Benzer şekilde, akademik çalışmalar içerisindeki stratejik yönetim araçlarının ne olduğu ve ne işe yaradığı konusunda ulaşılan fikir birliğine, nasıl sınıflandırılacağı konusunda ulaşılamadığı görülmektedir. Aynı yöntem bazı çalışmalarda teknik olarak ifade ederken diğerlerinde yöntem veya araç olarak ifade edilebilmektedir (Grimaldi vd., 2012).

II. ARAŞTIRMA BULGULARI VE ANALİZİ

Literatürde stratejik yönetim araçlarına yönelik genel kabul görmüş tek bir liste veya sayı bulunmamaktadır. Çalışmalardaki bulgulardan SYA'larının

tercihlerinde kültürel, demografik, zamansal vb. birçok faktör bulunduğu göze çarpmaktadır. Bir organizasyonda faydalı olarak görülen bir SYA, başka bir organizasyon için maliyet unsuru olarak değerlendirilebilmektedir. SYA'larına ilişkin yapılacak analiz çalışmalarında değerlendirmeye alınacak verilerin sınıflandırılması ve araştırma hedeflerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle, ulusal düzeydeki akademik çalışma sayılarına dikkat çekilebilmesi ve karşılaştırılabilir bir liste elde edilebilmesi için ulusal tez merkezinde (tez.yok.gov.tr) bulunan lisansüstü tezler başlangıç noktası olarak kabul edilmiştir.

Ulusal tez merkezinde “stratejik yönetim araçları” anahtar kelimesi ile yapılan aramada 1 tanesi doktora çalışması, 6 tanesi yüksek lisans olmak üzere 7 çalışma tespit edilmiştir. Ayrıca, çalışma başlığında arama kelimelerini tam olarak içermemekle birlikte içeriğinde SYA'larını bütünlük inceleleyen çalışmaların göz ardı edilmemesi için “stratejik yönetim” anahtar kelimesi ile araştırma genişletilmiştir. Yapılan aramayla ulaşılan 2 tane (Ödemiş, 2014 ve Selamet, 2019) çalışma da araştırmaya dâhil edilmiştir. “Stratejik yönetim teknikleri” kelime grubu ile yapılan aramada ise sadece 2 adet tez çalışması bulunmuştur. Yapılan incelemede 1 tanesi için erişim izni olmadığı, diğerinin ise kaos teorisi özelinde olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, arama sonucunda bulunan toplam 9 tez değerlendirmeye alınmıştır. Bu tezlerden 5 tanesinin hastane çalışanları, 3 tanesinin otel işletmelerindeki çalışanların, 1 tanesinin ise KOBİ çalışanlarındaki SYA'ları farkındalık ve memnuniyet araştırmasına yönelik olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler ile yapılan araştırmada bulunan tez sayısı neticesinde literatürde ifade edilen çalışma sayılarının oldukça sınırlı olduğu değerlendirilmiştir. Bulunan tezler incelenmiş ve içerisinde çalışma amacına uygun olarak karşılaştırılabilir olması bağlamında aynı sektörde (sağlık) uygulanmış 5 tezdən, bilgi ve farkındalık anketleri içeren 4 çalışma değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma sayılarındaki kısıtlılıklara karşın incelenen çalışmalardaki anketlere katılan kişi sayılarının toplamda 740 olduğu dikkate alındığında analiz çalışması için yeterli veriye sahip oldukları belirlenmiştir. Farkındalık anketlerinde analiz edilen toplam 22 adet SYA ile anketler içerisindeki bu araçlara yönelik farkındalık (bilgi seviyesi) sıralamaları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Stratejik Yönetim Araçları Farkındalık Sıralaması

SYA Listesi	Demir, 2015	Ergül, 2017	Çağatay, 2019		Turan, 2020
			Özel Hst.	Kamu Hst.	
Misyon ve Vizyon İfadeleri (Mission and Vision Statements)	3	11	1	4	1
Stratejik Planlama (Strategic Planning)	4	2	2	8	4
Kıyaslama (Benchmarking)	9	12	8	11	8
Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)	6	15	14	14	7
Dengeli Puan Kartı (Balanced Scorecard-Kurumsal karne)	13	10	13	2	15
Temel Yetenekler (Core Competencies)	12	14	9	7	12
Tedarik Zinciri Yönetimi (Supply Chain Management)	8	9	10	9	5
Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management)	1	1	3	1	3

SWOT Analizi (SWOT Analysis)	5	8			6
Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)	7	4	4	10	9
Stratejik Ortaklıklar (Strategic Alliances)	10	5	16	16	11
Portföy Analizi (Portfolio Analysis)	14				14
Değişim Mühendisliği (Business Process Reengineering)	16	3			16
Küçülme (Downsizing)	11	6			10
Sosyal Medya Araçları ve İnternet (Social Media Tools and İnternet)	2	13			2
Değer Zinciri Analizi (Value Chain Analysis)	15	7			13
Senaryo ve Acil Durum Planlaması (Scenario and contingency planning)			11	3	
Bilgi Yönetimi, Değerlendirme ve Kontrol (Knowledge Management, Assesment and Control)			6	5	
Müşteri/Hasta Bölümlenme (Customer Segmentation)			5	12	
İnsan Kaynakları Yönetimi Araçları (Human Source Management Tools)			7	6	
Büyüme Stratejileri (Growth Strategies)			15	15	
İşletme Yetenekleri (Business Skills)			12	13	

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Demir (2015) tarafından Ankara ilinde bulunan hastane yöneticilerinin SYA kullanımına yönelik yapılan çalışmada, farkındalık seviyesinde ilk üç sırada “toplam kalite yönetimi”, “sosyal medya programları ve internet” ile “misyon ve vizyon ifadeleri” olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca, özel hastane yöneticilerinin kamu hastane yöneticilerine kıyasla daha fazla stratejik yönetim aracı kullandıkları ifade edilmiştir.

Ergül (2017) tarafından Ankara ilinde bulunan hastane yöneticileri nezdinde yapılan çalışmada, “toplam kalite yönetimi”, “stratejik planlama” ve “değişim mühendisliği” SYA’larının farkındalık sıralamasında ilk üçte bulunduğu ifade edilmiştir.

Çağatay (2019) tarafından Orta Karadeniz bölgesinde bulunan kamu ve özel hastane yöneticilerinin SYA kullanımının karşılaştırıldığı doktora tezinde, özel hastane yöneticilerinin “misyon ve vizyon ifadeleri”, “stratejik planlama” ve “toplam kalite yönetimi” araçlarına yönelik farkındalık sıralamasının; kamu hastane yöneticilerinde “toplam kalite yönetimi”, “dengeli puan kartı” ile “misyon ve vizyon ifadeleri” araçlarındaki sıralamalara yansıdığı bulgulanmıştır.

Turan (2020) tarafından Edirne ilinde bulunan kamu ve özel hastanelerdeki yöneticilerin SYA kullanımlarına yönelik yapılan çalışmada, “misyon ve vizyon ifadeleri”, “toplam kalite yönetimi”, sosyal medya programları ve internet” ve “stratejik planlama” araçlarına yönelik farkındalık düzeylerinin diğerlerine oranlara üst seviyelerde olduğu bulgulanmıştır.

Lisansüstü tezlerden elde edilen farkındalık verileri incelendiğinde, akademik çalışmalarda SYA tercihi farklılıklarının organizasyonlardaki bilgi ve farkındalık durumlarına etki ettiği görülmektedir.

Rigby (2001) tarafından yapılan çalışmada ifade edilen ve aynı örgütte farklı zamanlarda yapılan çalışmalarda SYA kullanımına yönelik farklılıklar bulunduğu bulgusu; Demir (2015) ve Ergül (2017) tarafından yapılan çalışmaların

kıyaslamasıyla desteklenmiştir. Aynı ilde bulunan ve aynı sektör çalışanlarına ait farklı zamanlarda yapılan araştırmalar olduğu düşünüldüğünde zamansal faktörlerin SYA farkındalığına etkisi görülmektedir.

Gunn and Williams (2007) tarafından yapılan çalışmada SYA'ların tercih farklılıkları arasındaki bir diğer faktörün kültürel etkenler olduğu ifade edilmektedir. Kültürel etkenler kavramı tek başına ulus farklılığı şeklinde değil, aynı sektördeki organizasyonlar arasındaki örgütsel kültür farklılığı olarak da ortaya çıkabilmektedir. Demir (2015) ve Turan (2022) tarafından yapılan çalışmaların aynı sektörde olmasına karşın farklı illerde yapılan çalışmalar olduğu dikkate alındığında elde edilen bulguların bu düşüncüyü desteklediği görülmektedir.

Qehaja, vd. (2017) yapılan çalışmada organizasyonun türünün SYA tercihlerine etkisi olduğu ifade edilmiştir. Çağatay (2019) tarafından yapılan çalışmada kamu ve özel hastane çalışanlarına ait bulgular bu değerlendirmeyi desteklemiştir. Çalışmada, misyon, vizyon, stratejik planlama gibi araçlar hakkındaki özel hastane çalışanları farkındalık oranlarının kamu hastaneleri çalışanlarında karşılık bulmadığı görülmüştür.

Karşılaştırma yapılabilmesi için tez çalışmalarında müşterek olarak incelenmiş 10 adet SYA değerlendirmeye alınmıştır. Tespit edilen SYA'ların tez çalışmalarındaki farkındalık sıralamaları için Tablo 2'deki formül kullanılarak, ağırlıkları analiz edilmiş ve SYA'larının sağlık çalışanları nezdindeki farkındalık seviyelerine ulaşılmıştır (Tablo 3).

Tablo 2. Hesaplama Formülü

Toplam Kalite Yönetimi için hesaplama yöntemi	SYA Sıralama Toplamı (1+2+...+10)	= 55
	SYA Sıralama Değeri Katsayısı (SDK)	= 100/55 = 1,8181
	SYA Anket İçi Sıralama Ağırlığı (Sıra Değeri*SDK)	= 10 X 1,8181 = 18.1818
	SYA Genel Ağırlık Oranı (Aritmetik Ortalama)	= (18.1818+18.1818+14.5454+18.1818+16.3636)/5 = 17,0909

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 3. Stratejik Yönetim Araçlarının Sağlık Çalışanlardaki Farkındalık Seviyeleri

SYA Listesi	Ağırlık Oranları	Farkındalık Sıralaması
Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management)	17,090909	1
Misyon ve Vizyon İfadeleri (Mission and Vision Statements)	14,909091	2
Stratejik Planlama (Strategic Planning)	14,545455	3
Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)	10,545455	4
Tedarik Zinciri Yönetimi (Supply Chain Management)	9,8181818	5
Kıyaslama (Benchmarking)	7,6363636	6
Dengeli Puan Kartı (Balanced Scorecard-Kurumsal karne)	6,9090909	7
Temel Yetenekler (Core Competencies)	6,5454545	8
Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)	6,5454545	9
Stratejik Ortaklıklar (Strategic Alliances)	5,4545455	10

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tespit edilen SYA'ların tez yazarları tarafından nasıl değerlendirildiği incelenmiştir:

Toplam Kalite Yönetimi – TKY (Total Quality Management – TQM): Müşteri ve işletme arasında etkin ve verimli iletişim yapısını, kaliteli ürün ve hizmet sunumunu, süreçlerin daha iyi yönetilmesini, ürün ve faaliyet sonrasında yapılacak kontroller yerine hatasız çıktıya ulaşmayı, kaliteyi artırırken kaynak tasarrufu sağlamayı amaçlayan bir anlayışı tanımlamaktadır (Demir, 2015; Çağatay, 2019).

Misyon ve Vizyon İfadeleri: Vizyon geleceğe yönelik idealist, ilgi çekici, organizasyona özgü ve kısa ifadelerle tanımlanmakta iken, misyon örgütün varoluş amacını da içeren daha uzun ve kapsamlı cümleler şeklinde ifade edilmektedir (Çağatay, 2019; Demir, 2015).

Stratejik Planlama: Stratejik planlama, organizasyonun tüm süreçleri hakkında bilgi toplama, analiz etme ve uzun vadeli strateji belirleme amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Stratejik yönetim süreçlerinin temelini oluşturmaktadır (Demir, 2015; Ergül, 2017). Stratejik planlama bazı çalışmalarda stratejik yönetim olarak ifade edilse de uygulama ve yönlendirme fonksiyonları bağlamında birbirlerinden ayrılmaktadırlar (Çağatay, 2019,). Stratejik planlama, bir işletmenin ne olması gerektiğini ve bu hedefe en iyi nasıl ulaşabileceğini belirlemek için kapsamlı bir değerlendirme ve analiz olarak tanımlanmaktadır (Turan, 2020).

Müşteri İlişkileri Yönetimi: Müşteri ya da halkla ilişkiler olarak tanımlanan bu yönetim aracının en temel hususu müşteri memnuniyeti, müşteri memnuniyetinin en temel unsuru kalite yönetimidir (Ergül, 2017). Tanımlama, cezbetme, iyi hizmet sunma ve ilişkiyi sürdürmeye dayalı dört boyuttan oluşmaktadır (Çağatay, 2019, 49). Üretilen ürün ve hizmetlerin müşteriler tarafından kullanımının sağlanması için doğru iletişim vasıtaları ile uygun iletişimin kurulması, alınacak geri dönüşler neticesinde ürün ve hizmetin yenilenmesi süreçlerini içermektedir (Demir, 2015). Küreselleşme çağında müşteri ilişkileri yönetimi sadece rekabet avantajı elde etmek için değil örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için gereken bir zorunluluk olarak uygulanmaktadır (Turan, 2020).

Tedarik Zinciri Yönetimi: Tedarik zinciri yönetimi, üretilen mal ve hizmete ait hammaddenin temininden itibaren tüketiciye kadar yürütülen iş ve eylemlerin etkin, verimli ve ekonomik bir şekilde sürdürülebilmesini ifade etmektedir (Demir, 2015). Tedarik zinciri ortaklar arasında güvene dayalı sürekli ilişki, maliyet düşürme ve kârlılığı artırma amaçları ile oluşturulmaktadır (Çağatay, 2019, 87). Tedarik Zinciri Yönetimi, tüm müşterilerin ihtiyaçlarını karşılama çabalarını paydaşları vasıtasıyla senkronize etmektedir (Turan, 2020).

Kıyaslama (Benchmarking): Bu yöntem, daha önceden belirlenmiş kriterlere göre rakipleri ile organizasyonun geçmiş ve bugünkü yerinin kıyaslanması, kendi fonksiyon ve birimlerinin mevcut durumunun analiz edilmesi için kullanılmaktadır (SYAD, 2020; Demir, 2015). Süreç odaklı, performans odaklı, stratejik kıyaslama, rekabetçi kıyaslama şeklinde uygulanan kıyaslama

yöntemi, planlama, veri toplama, veri analizi, uygulama ve değerlendirme şeklinde süreçler ile yönetilmektedir (Demir, 2015 Çağatay, 2019; Ergül, 2017).

Dengeli Puan Kartı (Balance Scorecard): Bu yöntemde, stratejik amaçlar ile sonuçların örtüştürüldüğü çizelgelerin kullanıldığı görülmektedir. Puan kartı yöneticilere, organizasyonu finansal performans, dış ilişkiler, iç süreçler ve gelişim (öğrenme) şeklinde dört boyutta katkı sağlayan neden-sonuç ilişkisine dayalı değerlendirme aracıdır (Demir, 2015; Çağatay, 2019). Dengeli puan kartı, sadece finansal boyutu ile değil aynı zamanda müşteri, süreçler, öğrenme ve geliştirme boyutunu da kullandığı için işletmenin üst yönetimine doğru karar alma ve stratejik yönetim anlamında önemli katkı sağlamaktadır (Ergül, 2017,54).

Temel Yetenekler: Temel yetenekler, organizasyonda bulunan çalışanların bireysel bilgi birikimi, yetenek, mesleki başarıları da dahil tüm beşeri niteliklerini ifade etmektedir (Demir, 2015). Temel yeterlilikler olarak da ifade edilen bu niteliklerin organizasyona özgü ve kopyalanamaz olmasından dolayı bu alanda rakiplerin çoğalması mümkün değildir (Çağatay, 2019). Temel yetenekler kullanımla azalmanın aksine birlikte kullanımı ve uygulanması ile zamanla daha fazla gelişme göstermektedirler (Turan, 2020).

Dış Kaynak Kullanımı: İşletmenin varlığını sürdürebilmesi için temel yeteneklerin dışında kalan süreç, üretim ve ürünlerin başka işletmelerden temin edilmesi durumunu ifade etmektedir (Ergül, 2017; Turan, 2020). Bu itibarla, bir iş kolu veya hizmet için dış kaynak kullanımı olup olmayacağı, bu faaliyetin temel yetenek olup olmadığına ve finansal fayda sağlayıp sağlamayacağı hususlarına bağlı olmaktadır (Demir, 2015). Dış kaynak kullanımı, tercih edildiğinde riske maruz kalma, tercih edilmediğinde fırsat kaybına yol açabilecek bir olgudur (Çağatay, 2019, 59).

Stratejik Ortaklıklar: Stratejik ortaklıklarda işletmeler öz kimliklerini kaybetmeden, belirli amaçları gerçekleştirmek maksadıyla ortak bir işletme oluşturmaktadırlar (Ergül, 2017, 73). Teknik iş birliği, ortak yeni üretim, ortak dağıtım, bayilik gibi çeşitli şekillerde stratejik ortaklıklar uygulanmaktadır (Demir, 2015, 48). Her anlaşmaya özgü, ortağın kendine ait ve ortaklık sonrası belirlenen hedefleri elde etmek için kaynakları taahhüt ettiği işletmeler arasındaki ortaklıklar şeklinde uygulanmaktadır (Turan, 2020).

Tespit edilen SYA'ların ulusal ve uluslararası veri tabanlarında bulunan akademik çalışmalara konu edilme durumu incelenmiş ve Tablo 4'te sunulan verilere ulaşılmıştır.

Tablo 4. Stratejik Yönetim Araçlarının Akademik Çalışmalara Konu Edilme Durumu

SYA VERİ TABANI	SCOPUS	EBSCO	WEB OF SCIENCE	GOOGLE- SCHOLAR	SCIENCEDIRECT	DERGİPARK	TOPLAM	ARİTMETİK ORTALAMA
Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management)	2465	5088	1642	784000	232	186070	979497	163249
Misyon ve Vizyon İfadeleri (Mission and Vision Statements)	721	2095	276	536400	147	16952	556591	92765
Stratejik Planlama (Strategic Planning)	4898	12709	3721	2030000	1119	35556	2088003	348000
Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)	1538	2967	1031	399000	125	196109	600770	100128
Tedarik Zinciri Yönetimi (Supply Chain Management)	8172	12562	5666	1080000	1086	152316	1259802	209967
Kıyaslama (Benchmarking)	14948	25952	11795	1690000	6154	61	1748910	291485
Dengeli Puan Kartı (Balanced Scorecard-Kurumsal karne)	2025	4835	1576	294000	231	1027	303694	50615
Temel Yetenekler (Core Competencies)	1384	2884	919	386000	237	5150	396574	66095
Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)	10322	35093	7419	1300000	1124	91	1354049	225674
Stratejik Ortaklıklar (Strategic Alliances)	1684	3126	602	147000	391	3834	156637	26106

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Veri tabanlarında yapılan araştırmada, stratejik yönetim araçlarının sadece çalışma başlığı içerisinde yer alanları değerlendirmeye alınmış, benzerlik, erişim izni durumu ve dil farklılıkları göz ardı edilmiştir.

Lisansüstü tezlerden elde edilen farkındalık seviyeleri ile veri tabanlarındaki akademik çalışma oranlarının karşılaştırma tablosu oluşturulmuştur (Tablo 5).

Tablo 5. Stratejik Yönetim Araçları Farkındalık ve Akademik Çalışma Karşılaştırması

SYA Listesi	Farkındalık Sıralaması	Akademik Çalışma Sıralaması
Toplam Kalite Yönetimi (Total Quality Management)	1	5
Misyon ve Vizyon İfadeleri (Mission and Vision Statements)	2	7
Stratejik Planlama (Strategic Planning)	3	1
Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)	4	6
Tedarik Zinciri Yönetimi (Supply Chain Management)	5	4
Kıyaslama (Benchmarking)	6	2
Dengeli Puan Kartı (Balanced Scorecard-Kurumsal karne)	7	9
Temel Yetenekler (Core Competencies)	8	8
Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)	9	3
Stratejik Ortaklıklar (Strategic Alliances)	10	10

Kaynak: Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Farkındalık ve akademik çalışma verileri değerlendirildiğinde;

Uluslararası çalışmalarda ifade edilen stratejik yönetim araçları çalışma oranlarıyla memnuniyet düzeyleri farkının, farkındalık ve bilgi düzeylerine de yansıtıldığı belirlenmiştir.

Akademik çalışmalarda en çok konu edilen stratejik planlama aracının çalışanlardaki farkındalık seviyesinde ilk üç içerisinde yer aldığı, ikinci sıradaki kıyaslama aracının farkındalık seviyesinde son beş içerisinde yer aldığı, üçüncü sıradaki dış kaynak kullanımının ise farkındalık sıralamasında son iki içerisinde yer aldığı belirlenmiştir.

Öte yandan, farkındalık listesinde ilk sırada yer alan toplam kalite yönetiminin akademik çalışma sıralamasında beşinci sırada yer aldığı, ikinci sıradaki misyon ve vizyon ifadelerinin akademik çalışmalarda son beş içerisinde yer aldığı, üçüncü sıradaki stratejik planlamanın akademik çalışmalarda birinci sırada olduğu belirlenmiştir.

Temel yetenekler ve stratejik ortaklıklar araçlarına ilişkin akademik çalışma oranları ile çalışanlardaki farkındalık seviyelerinde benzerlik olduğu görülmüştür.

Stratejik yönetim araçlarına ilişkin akademik çalışmalarda ilk üç araca verilen önemin çalışma yaşamında tam olarak karşılık bulmadığı, çalışma yaşamında çalışanlarca bilgi sahibi olunan ilk iki aracın akademik çalışmalarla yeterince desteklenmediği belirlenmiştir.

SONUÇ

Bilimsel beklentilerle sunulan akademik çalışmaların, hedef kitlelerde karşılık bulması, kullanıcıların farkındalıklarını arttırması, daha fazla benimsenmesi ve uygulanması hedeflenmektedir. Zira çalışma hayatına uyum sağlayamayan ya da yeterince tanıtılmayan araçların bu beklentiye karşılamadığı aşikardır. Farkındalık verileri ile akademik çalışma verileri incelendiğinde bazı araçların akademik çalışmalarda çok fazla konu edilmesine karşın çalışanlarca yeterince benimsenmediği görülmüştür.

Soyut anlamlara ilişkin çalışmaların niteliksel verilerle desteklenmesi ve hedef kitleler tarafından benimsenip benimsenmediğinin belirli periyotlarda kontrol edilmesi gerekmektedir. Buna karşın ulusal veri tabanında bulunan tez sayıları dikkate alındığında ulusal düzeyde bu beklentinin yeterince sağlanamadığı anlaşılmıştır.

Öte yandan, çalışmalarda ele alınan konuların zamansal, sektörel veya departman bazlı anketler ile gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespit edilmesi, alınacak geri bildirimlerle akademik çalışmaların revize edilmesi gerektiğine ulaşılmıştır. Tezlerde araştırma yapılan sektörler dikkate alındığında sadece sağlık, KOBİ ve Otel işletmelerine yönelik sınırlı sayıda sektörde çalışma yapıldığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, anket verileri bağlamında sadece ulusal tez merkezi verilerinin değerlendirildiği bu çalışmanın akademisyenler ve yöneticiler nezdinde farkındalık sağlayacağı, gelecek çalışmalarda farklı sektörler ile farklı kaynaklardan elde edilecek verilerin analizine öncülük edeceği değerlendirilmiştir. Bu sayede, ampirik uygulamalar sonrasında elde edilen geri bildirimlerle idealler ile gerçekler arasında sürdürülebilirlik köprüsü oluşturulabileceğine ve gelecek çalışmalara katkı sağlanabileceğine ulaşılmıştır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır

Çıkar Beyanı

Yazarların herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Aksoy, E. (2021) “Örgütlerde Stratejik Yönetim Olgunluğu: Türk Savunma Sanayii Üzerine Bir Çalışma”, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Aldehayyat, J. & Anchor, J. (2008). Strategic planning tools and techniques in Jordan: Awareness and use. *Strategic Change*, 17, 281 – 293.
- Barca, M. (2009). Stratejik yönetim düşüncesinin gelişimi, *ASO Medya*, Sayı: 4/5/6: 34-52.
- Chaneta, I. (2011), *Strategic Management Process*, <http://www.aabri.com/papers/JCR07-2.pdf>, Erişim tarihi: 15.10.2021
- Clark, D.N. (1997). Strategic management tool usage: a comparative study. *Strategic Change*, Vol. 6,417-427.
- Çağatay, A. (2019). Kamu ve Özel Hastanelerdeki Yöneticilerin Stratejik Yönetim Araçları Kullanım Görüşleri Hakkında Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Çelik, B.K. Aytar, O. (2019) Örgütlerde Stratejik Yönetim Farkındalığı: Kırşehir İli Örneği, *Eurasian Journal of Research in Social and Economics (EJRSE)*, 6(8), 129-146.
- Demir, İ.B. (2015). Hastane Yöneticilerinin Stratejik Yönetim Araçları Bilgi ve Kullanım Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Dergipark (2022). <https://dergipark.org.tr/tr/> Erişim Tarihi:26.12.2022
- EBSCO (2022). [Ebscohttps://www.ebsco.com/](https://www.ebsco.com/) Erişim Tarihi:20.11.2022
- Erdem, A. (2006), *Stratejik Yönetim ve Kamu Örgütlerinde Uygulanabilirliği*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Ergül, N. (2017). Sağlık Sektöründeki Yöneticilerin Stratejik Yönetim Araçları Hakkında Bilgi ve Kullanım Düzeylerinin Ölçülmesi: Ankara İli Özel Hastanelerde Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Ankara.
- Hoskisson, R. E., Wan, W. P., Yiu, D., & Hitt, M. A. (1999). Theory and research in strategic management: Swings of a pendulum. *Journal of management*, 25(3), 417-456.
- Google-Scholar (2022). <https://scholar.google.com/> Erişim Tarihi:18.12.2022
- Gunn, R. and Williams, W. (2007). Strategic tools: an empirical investigation into strategy in practice in the UK. *Strategic Change* 16: 201–216.
- Grimaldi, S., C. Rafele, and A.C. Cagliano (2012). A framework to select techniques supporting project risk management. In *Risk Management – Current Issues and Challenges*, ed. N. Banaitiene, 67-96. Rijeka: InTech.
- Kurt, S. (2016). Otel işletmelerinde stratejik yönetim araçları kullanımı ile kurumsallaşma düzeyi arasındaki ilişki (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Ödemiş, M. (2014). Otel işletmelerinin stratejik yönetim ve araçlarını uygulama anlayışları üzerine bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Rigby, D. (2001), *Management Tools and Techniques: A Survey*, California Management Review Reprint Series (CMR), Vol. 43, No. 2, pp. 138-160.
- Scopus (2022). [Scopushttps://www.scopus.com/home.uri](https://www.scopus.com/home.uri) Erişim Tarihi: 22.11.2022
- Sciencedirect (2022). [https:// www.Sciencedirect.com](https://www.Sciencedirect.com) Erişim Tarihi: 18.12.2022
- SYAD (2020), *İşletmelerde Stratejik Yönetim Sürecinde Uygulanabilecek ve Literatürde Yer Alan Bazı Araç, Teknik ve Yaklaşımlar*, *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 3, Sayı 1, ss. 1-26.

- Turan, H. (2020). Sağlık Yöneticilerinin ve Çalışanlarının Stratejik Yönetim Araçlarını Kullanım ve Farkındalık Düzeylerini İncelemeye İlişkin Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Uysal, M.C. (2020). Stratejik Risklerin Yönetilmesi ve Örgütlerde Sürekli Risk Yönetimi Entegrasyonu, Denetişim Dergisi, Sayı 21, 39-52.
- Qehaja A.B, Kutllövci E., Pula, J. S (2017), Strategic Management Tools and Techniques: A Comparative Analysis of Empirical Studies, Croatian Economic Survey, Vol. 19, No. 1, pp. 67-99.
- Yöktez (2022). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> Erişim Tarihi: 10.10.2022
- Web of Science (2022) <https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search> Erişim Tarihi: 16.12.2022
- Wilson, I. (1994). Strategic planning isn't dead— it changed, Long Range Planning, 27(4): 12–24. DOI:10.1016/0024-6301(94)90052-3.

SUMMARY

Although the first examples of strategic management can be found in the early years of human history, it has been used in academic and working life since the second half of the 20th century. In its early years, it was associated with many subjects in social sciences and management sciences and was frequently used in written and oral expressions as an indicator of the maturity level of the management structure in enterprise organizations. Thanks to this increasing interest, new concepts such as strategic awareness, strategic communication and strategic management tools have been brought to the literature.

On the other hand, due to the fact that the contribution of strategic management to institutional structures cannot be measured numerically, it has been faced with the danger of being devalued as an abstract concept over time. As a matter of fact, it is seen that the theoretical and empirical deficiencies of the studies in this field contribute to the fact that it is almost in danger of extinction. For example, it is determined that the aim of introducing the concepts related to strategic management is prioritized in the studies on strategic management tools, and the satisfaction rates are more focused in the empirical studies. On the other hand, it is a fact that a tool that is not informed by the employees cannot be used effectively and efficiently in the organization. In this respect, in the study, answers were sought to the questions of whether academic studies on strategic management tools were found in daily life, whether they were adopted by the target audience, in other words, whether ideals and reality were compatible.

There is no generally accepted list or number of strategic management tools in the literature. From the findings of the literature review, cultural, demographic, temporal, etc. in the preferences of FFAs. It turns out that there are many factors. Moreover, it is seen that strategic management tools are defined differently in the studies, they are handled as techniques and models in some studies, and they are classified in many different ways such as understanding and philosophy in some studies. For this reason, in the study, it is aimed to reach the postgraduate theses in which the strategic management tools are examined in integrity in the national thesis center as a starting point. Although the number of studies is considered to be limited, it was considered sufficient for data analysis since the total number of participants in the questionnaires in the theses was 740. Awareness data on strategic

management tools in the questionnaires were analyzed and the awareness level of health workers was reached. In the next stage, the number of studies published on strategic management tools in academic databases were determined. The ratio of the number of studies in the databases and the awareness table obtained from the theses were compared. After the comparison, it was seen that not all the tools that attracted attention in academic studies were reflected in real life at the same rate. For example, it has been determined that outsourcing, which is among the first three in academic studies, is in the last two in the awareness of employees. On the other hand, it was seen that the academic interest rates and awareness levels of the employees towards the strategic partnerships tool were the same and the lowest in the ranking. It has been found that similar results exist in the context of other tools.

As a result, this study will guide future studies on strategic management in different areas such as sectoral, functional, cultural, etc. With the inclusion of other data, it is thought to create a new perspective on strategic management and its tools among academicians and managers.

BİST Bilişim Sektörü Firmalarının Finansal Sağlamlığının Finansal CEMATT Yöntemi ile İncelenmesi

Nevzat ÇALIŞ*

Şakir SAKARYA**

ÖZ

Günümüzde bilişim sektörü her yıl artarak büyüyen ve önemi artan bir sektör haline gelmiştir. Bilişim sektöründeki hızlı gelişmeler, sadece kendi sektörünü değil beraberinde diğer sektörleri de şekillendirmekte ve her geçen gün yeni sektörlerin doğmasına sebep olmaktadır. Bu çalışmada BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal sağlamlığının Finansal CEMATT yöntemi ile analizi amaçlanmıştır. Bu bağlamda bilişim sektöründe faaliyet gösteren 27 firmanın 2018-2021 dönemi verilerinden yararlanılarak analiz yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda incelenen dönemler itibariyle finansal sağlamlık açısından sektördeki en başarılı firmalarının DESPC ve ARDYZ olduğu tespit edilirken, en başarısız firmaların ise MOBTL, MANAS ve NETAS firmalarının olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: BİST Bilişim Sektörü, CEMATT Yöntemi, Finansal Sağlamlık
JEL Sınıflandırması : G20, G32, G33

Investigation of Financial Soundness of BİST Information Sector Firms by Financial CEMAT Method

ABSTRACT

Today, the information sector (IT) has become an increasingly growing and increasingly important sector. Rapid developments in the IT sector shape not only its own sector but also other sectors and cause new sectors to be born every day. In this study, it is aimed to analyze the financial soundness of companies operating in the BIST IT sector with the Financial CEMATT method. In this context, the analysis was made by using the data of the 2018-2021 period of 27 companies operating in the IT sector. As a result of the analysis, it was determined that the most successful companies in the sector in terms of financial soundness were DESPC and ARDYZ, while the most unsuccessful companies were MOBTL, MANAS and NETAS

Key Words: BIST Information Sector, CEMATT Method, Financial Soundness

JEL Classification: G20, G32, G33

GİRİŞ

Bilgi teknolojisi (BT) sektörü, yazılım, donanım veya yarı iletken ekipman üreten şirketler ile internet veya ilgili hizmetleri sağlayan şirketlerden oluşmaktadır. Sanayi devrimin dördüncüsüyle birlikte zaman ve mekân kavramları önemini kaybetmiş ve bunların yerine insan ve bilgi kavramları önemli hale

* Doç. Dr., Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, Bandırma Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, email: ncalis@bandirma.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-5604-0728

** Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, email: sakarya@balikesir.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0003-2510-7384

(Makale Gönderim Tarihi: 12.01.2023 / Yayına Kabul Tarihi:21.09.2023)

Doi Number: /yonveek.1233488

Makale Türü: Araştırma Makalesi

gelmiştir. Bu değişim beraberinde globalleşmeyi getirmiştir. Globalleşme ile dünya bir pazar haline gelmiş ve dünya çapında bilgi ticareti başlamıştır. Bu gelişmelerle birlikte ülkeler birbirlerine bilgi ağı ile bağlanmışlardır. Bu bağlamda bilgi teknolojisi sektöründe meydana gelen değişim küresel rekabetin de artmasına neden olmuştur. Özellikle Covid-19 pandemisi ile birlikte ortaya çıkan teknoloji kullanımı BT sektörünün gelişmesini ve büyümesini sağlamıştır (Küresel Gelişmeler Raporu, 2021).

Diğer taraftan da bilişim sektörünün ülke ekonomilerinin gelişmesi yönündeki katkısı her geçen gün artmaktadır. Genel amaçlı bir teknoloji olarak, BT'lerin bir ülkenin ekonomik ilerlemesi üzerindeki etkisi; bilişim sektörünün ötesine geçmekte ve sektör dışsallıklar ve yayılmalar açısından değerlendirildiğinde, GSYİH büyümesine olan doğrudan katkısının daha önemli olduğu gözlenmektedir (Şişman ve Şişman, 2019). Özellikle Covid 19 salgını sonrası, uzaktan iş yapma ihtiyacı artmıştır. Facebook kurucusu Mark Zuckerberg'in metaverse ile ilgili söylemi insanların web 2.0 dünyasından web 3.0 dünyasına geçişinin hızlandığı mesajını almasını sağlamış ve bu dünyada sanal bir dünya ve sanal bir ekonomi ile yüzleşmek zorunda kalınacağını göstermiştir. Nihayetinde tüm bu gelişmeler gerek bilişim sektörünü gerekse bilişim sektörünün yoğun etkisi altına aldığı, ilişkili olduğu sektörleri birinci etapta etkilemektedir. Bu ve benzeri durumlar sektördeki rekabet edilebilirliği zorlaştırmakta, insan kaynağının önemini anlamayı, çalışanları kalifiye hale getirmek için gelişmeleri takip etmeyi ve geleceği ön görmeyi zorunlu kılmaktadır (Damar, 2022; 26). Bu bağlamda BT alanındaki gelişmeler dünyada gelecek yıllarda daha büyük değişimlere yol açacak ve bunlar sadece BT alanı ile sınırlı kalmayıp, bankacılıktan üretime, eğitimden sanata ve sentetik biyolojiden robotik alanlarına kadar derin etkiler meydana getirecektir(Kalkınma Bakanlığı, 2018; 1).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2021 yılı ilk çeyrek verilerine göre bilişim teknolojisinin bir önceki dönemin ilk çeyreğine göre %18 oranında büyüdüğü ifade edilmiştir. BT sektöründe faaliyet gösteren firmaların da 2021/3 döneminde 23,8 milyar TL'lik satış geliri elde ettikleri görülmüştür (Küresel Gelişmeler Raporu, 2021). 2021 yılı itibarıyla bilgi ve iletişim teknolojilerinin dünya pazarındaki büyüklüğü 4,3 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır. 2022 yılında da bu büyümenin devam edeceği ve %4 büyüme ile 4,4 trilyon dolar seviyesine çıkacağı öngörülmektedir (TUBİSAD, 2022). Türkiye'de ise bilgi ve iletişim teknolojileri pazarı 2021 yılında bir önceki yıla göre %36 büyüme oranı ile 265,9 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu bağlamda sektörün gösterdiği gelişim dikkat çekmektedir. Sektörün 2007 ve 2021 dönemleri arasında ortalama olarak yıllık büyümesi %23 olarak gerçekleşmiştir. Sektör özellikle 2017 yılından itibaren 2021 yılına kadar büyük bir ivme yakalamış ve sırasıyla %17, %15, %24 ve %36 büyüme oranlarıyla dikkat çekmiştir (TUBİSAD, 2022).

Bilişim sektörü ile ilgili yukarıdaki verilerden hareketle sektörde büyük oranda büyümenin olduğu ve sektörün gelişimini de sürdürdüğü görülmektedir. Bilişim sektöründeki bu gelişmeler sektörde faaliyet gösteren firmaların finansal anlamda sağlamlığının belirlenmesi noktasında çalışmanın temel motivasyonunu

oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal sağlamlığının Finansal CEMATT yöntemi ile analiz edilmesi çalışmanın amacı olarak belirlenmiştir. BİST Bilişim sektöründe 2022 yılı itibarıyla 29 adet şirket faaliyet göstermektedir. Bu şirketlerden 27 adeti çalışma kapsamında incelenmiştir.

Çalışma dört bölüm olarak planlanmıştır. Giriş bölümünü takiben ikinci bölümde literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın yöntemi, kapsamı ve bulgularına yer verilmiştir. Dördüncü ve son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilerek çalışma tamamlanmıştır.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde BİST Bilişim sektörü ile ilgili ulusal yazında yer alan çalışmalara yer verilmiştir.

Türkmen ve Çağıl (2012) yapmış oldukları çalışmalarında bilişim sektörü firmalarının finansal performanslarını 2007-2010 dönemleri arasında incelemişlerdir. Çalışmada çok kriterli karar verme yöntemlerinden TOPSİS yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda PKART firmasının incelenen dönemler itibarıyla en iyi performansı gösteren şirket olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca KAREL ve ARENA firmalarının da bu süreçte istikrarlı ve iyi bir performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Büyükarıkan (2014) yapmış olduğu çalışmasında bilişim sektörü firmalarının finansal performanslarını Altman Z-Score ve Springate modelleri yardımıyla incelemiştir. Çalışmada 2008-2013 dönemlerine ait veriler kullanılmıştır. Çalışmada ilgili modellerden elde edilen sonuçlar regresyon analizi ve ANOVA testi yardımıyla incelenmiştir. Bu bağlamda çalışma sonucunda her iki model arasında pozitif ilişki tespit edilmiş ve her iki modelden elde edilen bulguların birbirine benzer sonuçlar olduğu ifade edilmiştir.

Görmüş ve Erem (2014) yapmış oldukları çalışmalarında BİST bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların entelektüel sermaye ve unsurlarının firmaların finansal performanslarına etkisini araştırmışlardır. Entelektüel sermayenin hesaplanmasında Entelektüel Katma Değer Katsayısı yönteminden faydalanılmıştır. Entelektüel sermaye ve finansal performans arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için korelasyon ve çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda entelektüel sermaye unsurlarıyla firmaların finansal performansları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Yücel ve Ahmetoğulları (2015) yapmış oldukları çalışmalarında AR-GE giderlerinin net kar değişimi ve hisse başına kar oranlarına etkisini bilişim, teknoloji ve yazılım sektöründeki firmalar bağlamında incelemişlerdir. Çalışmada 2000-2014 dönemlerine ait 135 adet firmanın verileri kullanılarak regresyon analizi yardımıyla incelenmiştir. Çalışma sonucunda incelenen firmaların AR-GE harcamalarında artış olduğu ve bu harcamalarla net kar değişimi arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca AR-GE giderlerinin hisse başına kara etkisinin 3 dönem gecikmeli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Fettahoğlu, Dönmez ve Kazhi (2016) yapmış oldukları çalışmalarında BİST'te faaliyet gösteren bilişim sektörü firmalarından 13 tanesinin kredi notlarını

çok kriterli karar verme yöntemlerinden PROMETHEE analizi yardımıyla 2010-2014 dönemleri arasında incelemişlerdir. Çalışma sonucunda elde edilen sıralamada kredi derece puanı en yüksek olan firmanın İndeks Bilgisayar olduğu tespit edilmiştir.

Aytekin ve Özçalık (2018) yapmış oldukları çalışmalarında BİST Teknoloji ve Bilişim endekslerinde işlem gören 7 işletmenin AR-GE harcamaları ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada panel veri analizi kullanılmış olup çalışma sonucunda AR-GE harcamaları ile finansal performans arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Kılıç (2020) yapmış olduğu çalışmasında BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların AR-GE harcamalarının firmaların finansal performanslarına etkisini araştırmıştır. Çalışmada 2012-2018 dönemlerine ait 7 adet firmanın verileri Panel veri analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda AR-GE faaliyetleri ile finansal performans göstergeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Kaygın (2020) yapmış olduğu çalışmasında BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal performanslarını MULTİMOORA yöntemi yardımıyla analiz etmiştir. Çalışmada 15 şirketin 2015-2018 yılları arasındaki verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda incelenen dönemler itibarıyla en iyi performans gösteren firmalar LİNK ve KAFEİN firmaları olurken KAREL, NETAS ve ARENA firmaları ise en başarısız firmalar olmuşlardır.

Öndeş ve Özkan (2021) yapmış oldukları çalışmalarında Covid-19 pandemisinin bilişim sektörü firmaları üzerindeki etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada 2020 yılına ait ilk 3 çeyreklik veriler kullanılmış olup, verilerin analizinde çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC tabanlı EDAS yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda finansal performansı 2020 yılının ilk çeyreğinde en başarılı firmalar sırasıyla ARDYZ, PAPIL ve LINK olurken, ikinci çeyreklik dilimde en başarılı firmalar ise PAPIL, INDES, DESPC firmaları olmuşlardır. Son çeyreklik dilimde en başarılı firmalar sıralamasında INDES birinci, PAPIL ikinci ve LINK firması ise üçüncü sırada yer almıştır.

Uygurtürk ve Yıldız (2021) yapmış oldukları çalışmalarında BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal performansları ve etkinliklerini Veri Zarflama Analizi ve Gri ilişkisel analizi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışma sonucunda her iki yöntemden elde edilen sonuçların tutarlı olduğu görülmüştür. Gri ilişkisel analiz sıralamasında ilk 7 firmanın 2014, 2015 ve 2018 yıllarında %85 etkin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 2016 ve 2017 yıllarında ilk 7'de yer alan firmaların ise %100 etkin olduğu tespit edilmiştir.

Sakarya ve Erayman (2022) yapmış oldukları çalışmalarında BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal performanslarını PROMETHEE yöntemi yardımıyla analiz etmişlerdir. Çalışmada bilişim sektörü firmalarının 2017-2020 dönemlerine ait bilanço, gelir tablosu ve nakit akış tablolarından yararlanarak elde edilen oranlar kullanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen firmaların finansal performans sıralamasının yıllara göre değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir.

Bilişim sektörü ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak incelendiğinde firmaların finansal performanslarının farklı yöntemler yardımıyla incelendiği ve elde edilen sonuçların farklı değişkenlerle ilişkilendirildiği görülmektedir. Dolayısıyla da elde edilen sonuçlarda da bir yeknesaklık olmadığı ve farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Özellikle ulaşılabilen çalışmalar kapsamında literatürde güncel verilerle yapılan çalışmaların az sayıda olduğu görülmüştür. Buna ek olarak bilişim sektörünün finansal sağlamlığını ölçen bir çalışmaya da rastlanılmamıştır. Bu çalışma özellikle ulusal literatürde ilk kez kullanılacak bir yöntemle yapılması ve sektörün finansal sağlamlığını test eden ilk çalışma olması bakımından özgünlük oluşturmaktadır. Bu bakımdan bu çalışmanın literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.

II. ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE YÖNEMİ

A. Çalışmanın Kapsamı

Bu çalışmada BİST Bilişim endeksinde yer alan 27 firmanın 2018-2021 dönemlerinin finansal performansları CEMATT (Center for Management and Technology Transfer) yöntemi yardımıyla incelenmiştir. Çalışma kapsamında yer alan firmalar ve kullanılan oranlar sırasıyla Tablo 1 ve 2’de sunulmuştur. BİST Bilişim endeksinde toplam 29 adet firma yer almaktadır. Bu firmalardan ikisi (Aztek Teknoloji Ürünleri Ticaret A.Ş ve Obase Bilgisayar ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret A.Ş) Borsaya yeni kote olması ve veri kısıtı nedeniyle çalışma kapsamından çıkarılmıştır.

Tablo 1. Çalışma Kapsamında Yer Alan Şirketler

Sıra	Kod	Şirket Unvanı	Sıra	Kod	Şirket Unvanı
1	Alctl	Alcatel Lucent Teletaş Telekomünikasyon A.Ş	15	Kront	Kron Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş
2	Ardyz	ARD Grup Bilişim Teknolojileri A.Ş	16	Link	Link Bilgisayar Sistemleri Yazılımı ve Donanımı Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3	Arena	Arena Bilgisayar Sanayi ve Ticaret A.Ş	17	Logo	Logo Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş
4	Armda	Armada Bilgisayar Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.Ş	18	Manas	Manas Enerji Yönetimi Sanayi ve Ticaret A.Ş.
5	Atatp	ATP Ticari Bilgisayar Ağı ve Elektrik Güç Kaynakları Üretim Pazarlama ve Ticaret A.Ş.	19	Mtrks	Matriks Bilgi Dağıtım Hizmetleri A.Ş
6	Dgate	Datagate Bilgisayar Malzemeleri Ticaret A.Ş	20	Mıatk	Mia Teknoloji A.Ş.
7	Despc	Despec Bilgisayar Pazarlama ve Ticaret A.Ş	21	Mobtl	Mobiltel İletişim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş
8	Edata	E-Data Teknoloji Pazarlama A.Ş	22	Netas	Netaş Telekomünikasyon A.Ş
9	Escom	Escort Teknoloji Yatırım A.Ş	23	Papıl	Papilon Savunma Teknoloji ve Ticaret A.Ş
10	Fonet	Fonet Bilgi Teknolojileri A.Ş.	24	Penta	Penta Teknoloji Ürünleri Dağıtım Ticaret A.Ş
11	Httbt	Hitit Bilgisayar Hizmetleri A.Ş	25	Pkart	Plastikkart Akıllı Kart İletişim Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.Ş
12	Indes	İndeks Bilgisayar Sistemleri Mühendislik Sanayi ve Ticaret A.Ş	26	Smart	Smartiks Yazılım A.Ş
13	Kfem	Kafein Yazılım Hizmetleri Ticaret A.Ş	27	Vbtyz	VBT Yazılım A.Ş
14	Karel	Karel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş			

Tablo 1’de BİST Bilişim endeksinde yer alan firmaların borsa kodları ve şirket unvanları sunulmuştur. Bu noktadan sonra çalışmanın yöntemi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

B. Çalışmanın Yöntemi

CEMATT yöntemi ilk kez Mereuță (1994) tarafından Geçiş Dönemindeki Ticari Şirketlerin Tanısal Analizi kitabında kullanılmıştır. Bu yöntem finansal, pazarlama, teknoloji, kalite, genel yönetim ve insan kaynakları olmak üzere 6 bileşenden oluşmaktadır (Alexa vd., 2013: 322). Ancak bu çalışmada CEMATT Yönteminin Finansal boyutu kullanılmıştır. Çalışmada yöneticiler, yatırımcılar ve alacaklılar için kilit rol oynayan firmaların finansal performansını değerlendirmek için yöntemin finansal boyutu kullanılmıştır. Bir firmanın finansal durumu, belirli bir düzeyde finansal performans gösteren varlık, borçlar ve özkaynaklar arasındaki ilişkiyle belirlenmektedir. Finansal yapılarla ilişkin tüm bu bilgiler firmaların Bilanço ve Gelir tablosundan elde edilmektedir. Tablo 2’de finansal CEMATT yönteminin uygulanması için kullanılan 11 oran ve açıklamaları yer almaktadır.

Tablo 2. Finansal CEMATT Yöntemi Göstergeleri ve Hesaplanma Yöntemleri

No	ORANLAR	HESAPLANIŐI	Kaynak
1	ROA	(Net kar / Toplam varlıklar)*100	Horta vd. (2012)
2	ROE	(Net kar / Özermaye)*100	Horta vd. (2012)
3	Yatırılan Sermaye Verimliliği (ICP)	(Net satışlar / Duran Varlıklar)*100	Forbes (2002) ve Shah ve Jan (2014)
4	Uzun Vadeli Borç Oranı	(Uzun Vadeli Borçlar / Uzun Vadeli Borçla + özsermaye)*100	Mirza ve Javed (2013)
5	LTDSFC	(Uzun Vadeli Borçlar / Kendi kendini finanse etme kapasitesi)*100	Mirza ve Javed (2013)
6	Patrimonyal Likidite*	(Dönen Varlıklar + Peşin Ödenmiş harcamalar / Kısa Vadeli Borçlar + Peşin alınan gelirler)*100	Gürbüz vd. (2010) ve Horta vd. (2012)
7	Dönen Varlıklar Devir Hızı	(Dönen Varlıklar + Peşin Ödenmiş harcamalar / Net Satışlar)*365	Forbes (2002) ve Shah ve Jan (2014).
8	Azaltılmış Likidite	(Dönen Varlıklar + Peşin Ödenmiş harcamalar)-(Stoklar / Kısa Vadeli Borçlar)	Gürbüz vd. (2010) ve Horta vd. (2012)
9	Patrimonyal Çözülebilirlik**	(Özkaynaklar / Toplam Pasifler)*100	Mirza ve Javed (2013)
10	Likidite Oranı	(Nakit ve Nakit benzerleri / Kısa vadeli borçlar)*100	Gürbüz vd. (2010) ve Horta vd. (2012)
11	Finansal Kaldıraç	(Uzun vadeli borçlar / özsermaye)*100	Saliha ve Abdessatar (2011)

Kendi Kendini finansa etme kapasitesi = Net kar + Amortismanlar, itfa payları ve karşlıklar.

***Patrimonyal Likidite:** Yöntemde “**Patrimonial liquidity (PL)**” olarak ifade edilen bu oranın Türkçe literatürde tam bir karşılığı bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu oran Patrimonyal Likidite olarak tanımlanarak yukarıda gösterildiği gibi hesaplanmıştır.

Patrimonyal Çözülebilirlik:** Yöntemde “**Patrimonial Solvability**” olarak ifade edilen bu oranın Türkçe literatürde karşılığı Özkaynakların Aktif Toplamına Oranı olarak ifade edilmektedir ve varlıkların yüzde kaçının işletme sahip ve ortakları tarafından finanse edildiğini ortaya koyar. Bu oran işletmenin uzun vadeli borç ödeme gücünü ortaya koyar.

Tablo 2’de gösterilen 11 oran genellikle, bir işletmenin sermaye ve risk durumunu ve finansal sağlamliğını ölçmeyi amaçlayan kullanıcılara yönelik bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu oranlar, işletme faaliyetlerinin askıya alınması, uzun vadeli veya kısa vadeli strateji veya politikaların yeniden belirlenmesi ile ilgili firmalarda karar vermede önemli bir noktadadır (Çaruntu ve Lăpăduřu, 2010). Finansal CEMATT yönteminde yer alan göstergelerin çoğunluğu uluslararası kabul

görmüş ve finansal performans analizinde de bireysel olarak kullanılmaktadır. Finansal CEMATT yönteminin hesaplanması her bir kritere bir puan belirleme esasına dayanmaktadır. Puanlar (20, 40, 60, 80, 100) olarak belirlenmiştir (Hada vd. 2016: 13). Yöntemde 11 kriter bu puan kümesinden birisine dahil edilerek hesaplama yapılmaktadır. Hangi durumda hangi kriterin hangi puanı alacağına yönelik bilgiler Tablo 3'te verilmiştir. Puanlamada 20 puan piyasa ekonomisinin gereksinimlerine verilen asgari puan olurken, 100 puan ise uluslararası düzeyde bir ihtiyacı karşılama durumuna verilen en yüksek skordur. Bu puanları hesaplayabilmek adına her bir kriter için finansal literatürden elde edilen, her bir kriterin limitlerine ve ideal değerlerine göre performans aralıkları belirlenmiştir.

Tablo 3. Finansal CEMATT Yöntemi Göstergelerin Değeri İçin Puanlar

No	Kriterlerin Tanımı	Skorlar				
		20	40	60	80	100
1	Aktif Karlılık (ROA) (% 10'un altına düşmemelidir)	<4	(4-10]	(10-15]	(15-20]	>20
2	Özkaynak Karlılığı ((% 5'in altına düşmemelidir)	<2	(2-5]	(5-10]	(10-15]	>15
3	Yatırım Yapılan Sermaye Verimliliği (2'nin altına düşmemelidir)	<2	(2-3]	(3-4]	(4-5]	>5
4	Uzun Vadeli Borç Oranı (% 80'in üzerine çıkmamalıdır)	>80	(60-80]	(40-60]	(20-40]	<20
5	Otofinansman Kapasitesine Göre Ölçeklendirilmiş Uzun Vadeli Borçlar (4'ün üzerine çıkmamalıdır)	>22	(22-16]	(16-10]	(10-4]	<4
6	Patrimonyal Likidite (1,30'un altına düşmemelidir)	<1.30	(1.30-1.80]	(1.80-2.30]	(2.30-2.80]	>2.80
7	Dönen Varlıklar Devir Hızı	>320	(290-320]	(160-290]	(30-160]	<30
8	Azaltılmış Likidite (1'den düşük olmamalıdır)	<1.00	(1.00-1.20]	(1.20-1.40]	(1.40-1.60]	>1.60
9	Patrimonyal Çözülebilirlik	<25	(25-50]	(50-75]	(75-100]	>100
10	Likidite Oranı	<0.25	(0.25-0.50]	(0.50-0.75]	(0.75-1.00]	>1.00
11	Finansal Kaldıraç (1'in üzerine çıkmamalıdır)	>1.75	(1.75-1.50]	(1.50-1.25]	(1.25-1.00]	<1.00

Kaynak: Hada, T., Bärbută-Mișu, N., & Avram, T. M. (2016). Financial CEMATT Method: a New Approach for Performance Assessment using Accounting Information. *Annals of the University Dunarea de Jos of Galati: Fascicle: I, Economics & Applied Informatics*, 22(2).

Her bir kriter için Tablo 3'te verilen kurallara göre puanlar hesaplandıktan sonra, her bir şirket için toplam puan belirlenerek finansal performanstan sonra şirketlerin sınıflandırılması yapılmıştır. Toplam puan finansal yöndeki her bir kritere verilen puanların ağırlıklı ortalamasıdır. Ayrıca önem derecesine göre belirlenen her bir kritere bir önem katsayısı verilmektedir. Aşağıdaki önem derecelerinin belirlenmesine ilişkin açıklamaya yer verilmiştir. Bu kriterler finansal CEMATT yönteminin uygulama sürecinin bir bölümünü oluşturmaktadır.

$K_i = 5$ Çok önemli olarak belirlenen her bir kriter için 5 puanlık önem derecesi verilmektedir. Bu çalışmada kullanılan 2, 4, 5, 8 ve 10 numaraları kriterler çok önemli kriterler olarak belirlenmiş ve 5 puan önem derecesi ile puanlanmıştır.

$K_i = 2$ Orta düzeyde önemli olarak belirlenen her bir kriter için 2 puanlık önem derecesi verilmektedir. Bu çalışmada 1 ve 11 numaraları kriterlere önem derecesine göre 2 puan verilmiştir.

$K_i = 1$ İkincil kriterler olarak değerlendirilen bu önem derecesinde 3, 6, 7 ve 9 numaralı kriterlere 1 puan verilmiştir.

Katsayıların belirlenmesindeki önem derecesi, makalenin amacına, yani firmaların ve sektörün finansal performans düzeyinin finansal CEMATT yöntemi kullanılarak değerlendirilmesi ve ayrıca sektörde faaliyet gösteren şirketler arasında bir hiyerarşi kurulması amacına uygun olarak belirlenmiştir.

Skorların belirlenmesi için kullanılan formül eşitlik 1’de gösterilmiştir (Hada ve Avram, 2014: 109).

$$S_{FD} = \frac{\sum_{i=1}^n K_i x S_i}{\sum_{i=1}^n K_i} \quad (1)$$

S_{FD} : Firmaların toplam skorunu

K_i : Kriterlerin önem katsayısını

S_i : Kriterlerin skorlarını ifade etmektedir.

Firma skoru olarak belirlenen bu toplam performans puanından sonra firmaların durumu Tablo 4’teki kriterler göz önünde bulundurularak değerlendirilmektedir. Finansal CEMATT yönteminin uygulama aşamaları ile ilgili detaylı sonuçlar Ek 1’de sunulmuştur.

Tablo 4. Performans Puanı ve Değerlendirme Aralığı

Sıra	Skor Aralığı	Açıklama
1	[0-20] Gizli İflas	Kar merkezlerinin tespiti ve şirket satış prosedürlerinin başlatılması,
2	(20-40) Kritik durum	Radikal yeniden yapılanma, alarm eşiklerinin üstesinden gelmek için önlemler alınması önemli faaliyet kısıtlanması, önemli profil / piyasa değişiklikleri, sermaye girişleri,
3	(40-60) Zor denge	Daha kapsamlı yeniden yapılanma, kısa / orta vadede yeni hedefler, ticari pazarlama faaliyetleri, yönetimin iyileştirilmesi ve köklü tasarruf rejimi, sermaye girişleri,
4	(60-80) Tatmin edici ayarlama	Stratejik hedeflerin seçimi, karsız işlerin "dondurulması", sermaye girişi,
5	(80-100) Rekabet ortamlarında geçerlilik	Bu durumda yeniden yapılandırmaya gerek duyulmadan sağlam bir atak stratejisi benimsenebilir.

C. Çalışmanın Bulguları

Bu bölümde Finansal CEMATT analizi sonucu elde edilen bulgulara ve bu bulguların yorumlanmasına yer verilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen 27 şirketin 2018-2021 dönemlerine ait analiz sonuçları Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Yıllar İtibariyle Analiz Sonuçları

Firmalar	2018 Skorları	2019 Skorları	2020 Skorları	2021 Skorları
ALCTL	71,52	70,91	60	65,45
ARDYZ	81,21	87,88	90,3	98,18
ARENA	61,21	64,85	64,85	57,58
ARMDA	70,3	56,36	56,36	65,45
ATATP	74,55	72,73	67,88	75,76
DGATE	80	85,45	79,39	83,64
DESPC	96,97	84,24	81,21	86,06
EDATA	87,27	78,79	83,64	87,88
ESCOM	78,18	78,18	89,7	89,7
FONET	66,06	74,55	84,24	76,36

HTTBT	80	84,24	76,97	69,7
INDES	76,97	66,67	73,33	76,97
KFEIN	80	78,79	67,88	72,12
KAREL	66,67	64,24	67,27	58,18
KRONT	84,85	76,97	71,52	72,73
LINK	77,58	77,58	77,58	83,64
LOGO	75,15	70,91	67,27	64,24
MANAS	56,36	52,73	50,91	67,88
MTRKS	73,33	67,88	78,18	81,21
MIATK	63,64	76,36	80,61	88,48
MOBTL	55,15	35,76	61,82	64,85
NETAS	67,88	61,82	61,21	52,12
PAPIL	96,97	80,61	75,15	87,88
PENTA	62,42	67,27	62,42	65,45
PKART	75,76	74,55	75,76	84,24
SMART	71,52	75,15	69,09	67,88
VBTYZ	70,3	73,94	72,12	75,15
Ortalama	74,14	71,83	72,09	74,76

Tablo 5'te sunulan analiz sonuçları yıllar itibariyle incelendiğinde 2018 yılında finansal sağlık bakımından en başarılı firma sıralamasında 96,97 puanla PAPİL ve DESPC firmaları birlikte yer alırken, 87,27 puanla EDATA firması üçüncü sırada yer almaktadır. En başarısız firmalar sırasıyla 55,15 puanla MOBTL, 56,36 puanla MANAS ve 61,21 puanla ARENA firmaları olmuşlardır. 2018 yılı itibariyle sektörde faaliyet gösteren firmaların genel ortalamasının 74,14 puanda olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu dönem itibariyle firmaların genel olarak yöntemin “**tatmin edici aralık**” olarak tanımladığı aralıkta yer aldığı ve sektöre ilişkin firmaların genel olarak finansal sağlık açısından başarılı bir noktada olduğu söylenebilir.

2019 yılında ise finansal sağlık bakımından en başarılı firmalar sırasıyla ARDYZ firması 87,88 puanla birinci DGATE firması 85,45 puanla ikinci ve DESPC ve HTTBT firmaları ise 84,24 puanla üçüncü olmuşlardır. En başarısız firmalar ise sırasıyla 35,76 puanla MOBTL 52,73 puanla MANAS, 56,36 puanla ARMDA firmaları olduğu görülmektedir. 2019 yılı itibariyle firmaların genel ortalamasının ise bir önceki döneme göre azaldığı ve 71,83 puan seviyesine düştüğü görülmektedir. Bu bağlamda firmaların toplam skorlarının bir önceki döneme göre bir miktar düşmesine rağmen finansal sağlık açısından yine “**tatmin edici aralıkta**” olduğu görülmektedir.

2020 yılında firmaların finansal sağlığına göre en başarılı firmalar sıralamasında 90,3 puanla ARDYZ firması birinci 89,7 puanla ESCOM firması ikinci ve 84,24 puanla da FONET firması da üçüncü sırada yer almaktadır. En başarısız firmaların ise sırasıyla 50,91 puanla MANAS, 56,36 puanla ARMDA ve 60 puanla ALCTL firmaları olduğu görülmektedir. 2020 yılı itibariyle sektörde faaliyet gösteren firmaların genel ortalamasının bir önceki yıla göre az da olsa

arttığı ve 72,09 puanda yer aldığı görölmektedir. Bu durum önceki dönemlerde olduğu gibi sektörün genel olarak **“tatmin edici aralıkta”** olduğunu ve finansal anlamda iyi bir konumda olduğu şeklinde ifade edilebilir.

2021 yılı sonuçları incelendiğinde ise 27 firma arasından finansal sağlımlık açısından en başarılı firmalara bakıldığında ARDYZ firmasının 98,18 puanla 2019 ve 2020 yıllarında da olduğu gibi birinci sırada yer aldığı, 89,7 puanla ESCOM firmasının ikinci ve 88,48 puanla MIATK firmasının ise üçüncü sırada yer aldığı görölmektedir. En başarısız firmaların ise sırasıyla 52,12 puanla NETAS, 57,58 puanla ARENA ve 58,18 puanla KAREL firmaları olduğu görölmektedir. 2021 yılı itibariyle sektörün genel ortalamasına bakıldığında 74,76 puanla incelenen dönemler arasında en yüksek ortalamanın yakalandığı yıl olmuştur. Bu açıdan değerlendirildiğinde sektör ortalamasının finansal sağlımlık açısından yine **“tatmin edici aralıkta”** olduğu görölmektedir.

Elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde incelen dönemler itibariyle BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmalar arasından finansal sağlımlık olarak en başarılı firmaların ARDYZ ve DESPC firmalarının olduğu, buna karşın en başarısız firmaların ise MOBTL (2 yıl), MANAS ve NETAS firmalarının olduğu görölmektedir. Sektörün genel durumu incelendiğinde birçok firmanın istikrarlı bir grafik çizdiği görölmektedir. Buna karşın incelen dönemler itibariyle 2019 ve 2020 yıllarında sektörde faaliyet gösteren firmaların finansal sağlımlık açısından bir düşüş yaşadığı da göz ardı edilmemelidir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise incelenen dönemler itibariyle sektörün finansal sağlımlık bakımından iyi durumda olduğu görölmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi ve iletişim teknolojileri her geçen gün baş döndürücü bir hızla gelişmekte, hayatımızın her noktasına girmekte ve çok farklı alanlardaki sektörleri hızlı bir şekilde dönüştürmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu hızlı büyüme ve değişim, günümüzün küresel ortamının iş ve hizmet sunum modellerini de güçlü bir şekilde etkilemiş ve değişimini sağlamıştır. Bu çalışmada önemi her geçen gün daha da artan bilişim sektörü ve BİST Bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmalarının finansal sağlımlığı Finansal CEMATT yöntemi yardımıyla 2018-2021 dönemleri arasında incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda incelenen dönemler itibariyle finansal sağlımlık bakımından sektördeki en başarılı firmaların ARDYZ ve DESPC firmalarının olduğu buna karşın finansal sağlımlık bakımından en başarısız firmaların ise MANAS, MOBTL ve NETAS firmalarının olduğu görölmüştür. Elde edilen bulgular literatürdeki Öndeş ve Özkan (2021); Kaygın (2020) ve Türkmen ve ağıl (2012) alışmaları destekler niteliktedir. Sektördeki firmaların genel durumu incelendiğinde ise birçok firmanın süreç içerisinde istikrarlı bir grafik çizdiği görölmüştür. İncelenen dönemler içinde 2019 ve 2020 yıllarında sektörde faaliyet gösteren firmaların performanslarında diğer yıllara göre az da olsa bir düşüş yaşanmıştır. Bu düşüşe rağmen incelenen dönemler itibariyle sektörün finansal sağlımlık açısından genel durumunun kabul edilebilir bir aralıkta gerekleşiş olduğu görölmüştür.

Bu çalışma 2018 – 2021 aralığını kapsayan 4 dönemlik bir veri ile gerçekleştirilmiştir. Bu da çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında daha fazla dönem (yıl veya çeyrek dönemler) incelenerek daha farklı sonuçların elde edilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın kapsamı bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmalardan oluşmaktadır. Bu bağlamda gelecekte daha farklı sektörler incelenerek hem sektörler arası karşılaştırmalar yapılabilir hem de diğer sektörlerdeki durumlar ortaya konulabilir. Ayrıca başka ülkelerdeki benzer sektörler arasında da karşılaştırmalar yapılarak çalışma genişletilebilir. Bu bakımda çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Alexa, V., Kiss, I., & Ratiu, S. (2013). Diagnostic Analysis - Tool in Research and Innovation, *Annals of Faculty Engineering Hunedoara*, Vol. 11, pp. 321-324.
- Aytekin, S., & Özçalık, S. G. (2018). Borsa İstanbul Teknoloji ve Bilişim Endeksi Firmalarında Ar-Ge Harcamaları ve Finansal Performans İlişkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(ICEESS'18), 67-73.
- Büyükarıkan, U. (2014). Bilişim Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Finansal Başarısızlık Tahmin Modelleriyle İncelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (46), 160-172.
- Căruntu C. & Lăpăduși, M. L. (2010). Financial Diagnosis – The Way To Get Financial Performances By The Company, *Annals of “Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economics Series*, No. 1, pp. 159-164.
- Damar, M.(2022). Dijital Çağda Bilişim Sektörünün İhtiyacı Olan Yetkinlikler Üzerine Bir Değerlendirme. *Bilişim Sistemleri ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1). (2022) 25-40.
- Fettahoğlu, S., Dönmez, M., & Kazhi, S. (2016). İşletmelerde Kredi Derecelendirme: Borsa İstanbul Bilişim Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 15-23.
- Forbes, K.J. (2002). How Do Large Depreciations Affect Company Performance? *IMF Staff Papers, Palgrave Macmillan*, Vol. 49, Issue 1, pp. 214-238.
- Görmüş, A. Ş., & Erem, I. (2014). Entelektüel Sermaye ve Unsurlarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: Bilişim Sektöründe Bir İnceleme. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 51(592), 65-82.
- Gürbüz, A.O., Aybars, A., & Kutlu, O. (2010). Corporate Governance and Financial Performance With A Perspective On Institutional Ownership: Empirical Evidence From Turkey. *Journal of Applied Management Accounting Research*, Vol. 8, pp. 21-38.
- Hada, T., & Avram, T. M. (2014). A Study On Determining The Financial Position Based On Financial Diagnosis In Companies Listed On The Bucharest Stock Exchange. *Annales Universitatis Apulensis-Series Oeconomica*, 16(1).104-117.
- Hada, T., Bărbuță-Mișu, N., & Avram, T. M. (2016). Financial CEMATT Method: a New Approach for Performance Assessment using Accounting Information. *Annals of the University Dunarea de Jos of Galati: Fascicle: I, Economics & Applied Informatics*, 22(2).1-17.

- Horta, I.M., Camanho, A.S., & Moreira da Costa, J. (2012). Performance Assessment of Construction Companies: A Study Of Factors Promoting Financial Soundness and İnnovation in The Industry. *International Journal of Production Economics*, Vol. 137, Issue 1, pp. 84-93.
- Kalkınma Bakanlığı (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Bilgi Ve İletişim Teknolojileri, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/Bilgi_ve_IletisimTeknolojileriOzelIhtisasKomisyonuRaporu.pdf (E.T. 04.01.2023)
- Kaygın, C. Y. (2020). BİST Bilişim Sektöründe İşlem Gören Şirketlerin Finansal Performanslarının MULTIMOORA Yöntemleri ile Ölçümü. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(3), 529-546.
- Kılıç, M. (2020). BİST Bilişim Sektöründeki Firmaların AR-GE Harcamalarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 219-234.
- Küresel Gelişmeler Raporu (2022) <https://www.tbd.org.tr/pdf/kuresel-gelismeler-raporu-2021.pdf> adresinden 04.11.2022 tarihinde alınmıştır.
- Mirza, S.A., & Javed, A. (2013). Determinants of Financial Performance of A Company: Case of Pakistani Stock Market, *Journal of Economics and International Finance*, Vol. 5 Issue 2, pp. 43-52, doi: 10.5897/JEIF12.043.
- Mereuță, C. (coord.). (1994). Analiza diagnostica societăților comerciale în tranziție: Metoda CEMATT, Tehnică Publishing House, Bucharest.
- Öndeş, T., & Özkan, T. (2021). Bütünleşik CRITIC-EDAS Yaklaşımıyla Covid-19 Pandemisinin Bilişim Sektörü Üzerindeki Finansal Performans Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 506-522.
- Sakarya, ř., & Erayman, Ç. (2022). Nakit Akış Tablosuna Dayalı Finansal Oranlar ve PROMETHEE Yöntemi ile Finansal Performans Analizi: BİST Bilişim Sektöründe Bir Uygulama. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 51-78. Doi: 10.38122/ased.62.4
- Saliha, T., & Abdessatar, A. (2011). The Determinants of Financial Performance: An Empirical Test Using The Simultaneous Equations Method, *Economics and Finance Review*, Vol. 1, Issue 10, pp. 1 – 19.
- Shah, S.Q., & Jan, R. (2014). Analysis of Financial Performance of Private Banks in Pakistan, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 109, pp. 1021 – 1025
- Şişman, D. & Şişman, M. (2019). Gelişmekte Olan Ülkeler (Brezilya, Hindistan Ve Çin Örnekleriyle) Ve Bilişim Sektörü. https://www.researchgate.net/publication/336460561_GELISMEKTE_OLAN_ULKELER_BREZILYA_HINDISTAN_VE_CIN_ORNEKLERIYLE_VE_BILISIM_SEKTORU_Developing_Countries_With_Examples_From_Brazil_India_And_China_And_Ict_Sector (E.T.:04.01.2023).
- TUBİSAD Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü 2021 Pazar Verileri Haziran (2022) <https://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-bit-2021-tr-20220526.pdf> adresinden 04.11.2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkmen, S. Y., & Çağıl, G. (2012). İMKB'ye Kote Bilişim Sektörü Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(95), 59-78.
- Uygurtürk, H., & Yıldız, İ. (2021). İşletmelerin Etkinlikleri ile Finansal Performansları Arasındaki İlişi: Bilişim Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Verimlilik Dergisi*, (1), 3-15.
- Yücel, R., & Ahmetoğulları, K. (2015). Ar-Ge Harcamalarının Firmaların Net Kâr Değişimi ve Hisse Başına Kârlılığına İnovatif Etkisi: BİST Teknoloji Yazılım ve Bilişim Sektöründe Bir Uygulama. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(4), 87-104.

SUMMARY

The information technology (IT) sector consists of companies that produce software, hardware, or semiconductor equipment, as well as those who provide internet or related services. With the fourth industrial revolution, the importance of

time and space diminished, while the importance of human and knowledge increased. This transformation has brought about globalisation. The world has become a market as a result of globalisation, and a worldwide information commerce has begun. Particularly, the utilisation of technology that evolved during the covid-19 pandemic has facilitated the expansion and development of the IT industry. On the other hand, the contribution of the informatics sector to the development of national economies is increasing day by day. As a general purpose technology, the impact of ITs on a country's economic progress; It goes beyond the information sector and when the sector is evaluated in terms of externalities and spillovers, its direct contribution to GDP growth is observed to be more important. Especially after the Covid 19 epidemic, the need to work remotely increased. Facebook founder Mark Zuckerberg's metaverse exit signalled that the transition from the web 2.0 world to the web 3.0 world was accelerating, and demonstrated that a virtual world and a virtual economy would have to be confronted in this world. Ultimately, these advancements have an impact on both the informatics industry and the sectors that are significantly influenced by and related to the IT sector. These developments, on the other hand, complicate the sector's competitiveness, necessitating a need to track the advances and anticipate the future in order to increase the value of competent human resources From education to the arts, and from synthetic biology to robotics, there will be enormous effects.

It can be observed from the data presented above regarding the IT sector that the sector is experiencing substantial growth and that its development is ongoing. These developments in the IT sector constitute the main motivation of the study at the point of determining the financial soundness of the companies operating in the sector. From this point of view, the analysis of the financial soundness of the companies operating in the BIST IT sector with the Financial CEMATT method has been determined as the aim of the study. As of 2022, 29 companies operate in the BIST IT sector. 27 of these companies were examined within the scope of the study.

When the studies on the IT sector are examined in general, it is seen that the financial performances of the companies are examined with the help of different methods and the results are associated with different variables. Therefore, it is seen that there is no uniformity in the results obtained and different results are obtained. Especially within the scope of accessible studies, it has been seen that there are few studies in the literature with up-to-date data. In addition, there is no study that measures the financial soundness of the IT sector. This is the first research to evaluate the financial health of the industry using a methodology that has never been utilised before in the national literature. In this regard, it is anticipated that this work will contribute to the body of knowledge.

In this study, the financial performances of 27 companies in the BIST Informatics Index for the period 2018-2021 were examined with the help of the CEMATT (Center for Management and Technology Transfer) method. The companies included in the study and the ratios used are presented in Tables 1 and 2, respectively. A total of 29 companies are included in the BIST Informatics index.

Two of these companies (Aztek Teknoloji Ürünleri Ticaret A.Ş and Obase Bilgisayar ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret A.Ş.) were excluded from the scope of the study due to their newly quoted stock markets and data constraints.

As a result of the analysis, it has been seen that the most successful companies in the sector in terms of financial soundness are ARDYZ and DESPC, while the most unsuccessful firms in terms of financial soundness are MANAS, MOBTL and NETAS. Examining the sector's businesses as a whole reveals that the majority of firms exhibit a stable trend. Within the examined periods, there was a slight decrease in the performance of companies operating in the sector in 2019 and 2020 compared to other years. Despite this decrease, it has been observed that the general situation of the sector in terms of financial soundness has been in an acceptable range for the periods examined.

Ek 1: Finansal CEMATT Yöntemi Sonuçları																							
Önem Derecesi	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00	1,00	5,00	1,00	5,00	2,00												
Firmalar	Yıllar	1. Oran	Skor	2. Oran	Skor	3. oran	Skor	4. oran	Skor	5. oran	Skor	6. Oran	Skor	7. Oran	Skor	8. oran	Skor	9. Oran	Skor	10. Oran	Skor	11. Oran	Skor
ALCTL	2021/12	1,68	20,00	6,53	60,00	1001,27	100,00	24,49	80,00	496,61	20,00	362,92	100,00	359,58	20,00	2,76	100,00	56,42	60,00	90,18	100,00	32,43	20,00
ARDYZ	2021/12	41,34	100,00	46,58	100	159,75	100	0,83	100	1,80	100	553,92	100	245,78	60	5,41	100	89,89	80	189,31	100	0,84	100
ARENA	2021/12	4,20	40,00	8,24	60	2386,64	100	19,97	100	302,68	20	126,78	100	224,89	60	0,96	20	20,53	20	16,77	100	24,95	20
ARMDA	2021/12	3,98	20,00	-2,35	20	22583,30	100	52,82	60	-4770,92	100	171,19	100	247,74	60	1,47	80	19,80	20	5,82	100	111,94	20
ATATP	2021/12	4,18	40,00	22,28	100	288,15	100	6,47	100	31,05	20	275,52	100	557,36	20	2,70	100	65,47	60	111,48	100	6,92	20
DGATE	2021/12	9,06	40,00	21,92	100	16706,12	100	1,11	100	5,12	80	170,06	100	118,42	80	1,31	60	39,71	40	6,43	100	1,12	80
DESPC	2021/12	9,99	40,00	29,84	100	18483,92	100	1,13	100	3,83	100	158,62	100	192,71	60	1,28	60	34,99	40	1,45	100	1,14	80
EDATA	2021/12	8,74	40,00	31,19	100	735,03	100	1,27	100	4,14	80	383,34	100	455,03	20	3,48	100	75,42	80	220,67	100	1,29	60
ESCOM	2021/12	-0,83	20,00	52,21	100	0,10	20	0,07	100	0,14	100	286,10	100	15281,3620	2,86	100	98,51	80	48,77	100	0,07	100	
FONET	2021/12	16,87	80,00	28,42	100	64,04	100	22,18	80	100,30	20	278,27	100	251,29	60	2,76	100	69,20	60	59,23	100	28,51	20
HITBT	2021/12	7,79	40,00	8,77	60	51,57	100	9,65	100	121,74	20	180,55	100	396,35	20	1,81	100	71,70	60	86,26	100	10,68	20
İNDES	2021/12	5,88	40,00	39,99	100	11540,48	100	1,69	100	4,29	80	117,80	100	191,81	60	1,01	40	15,72	20	35,87	100	1,71	40
KFEIN	2021/12	13,86	60,00	9,40	60	174,07	100	10,87	100	129,74	20	168,22	100	228,10	60	1,68	100	59,91	60	23,36	100	12,19	20
KAREL	2021/12	14,77	60,00	11,66	80	419,55	100	39,20	80	553,04	20	161,19	100	362,73	20	0,87	20	29,27	40	6,48	100	64,48	20
KRONT	2021/12	8,17	40,00	43,74	100	144,46	100	9,93	100	25,21	20	146,45	100	437,67	20	1,44	80	50,70	60	45,69	100	11,03	20
LINK	2021/12	10,81	60,00	38,53	100	150,50	100	5,43	100	14,90	60	764,70	100	1087,01	20	7,62	100	84,45	80	682,99	100	5,74	20
LOGO	2021/12	11,47	60,00	33,27	100	75,83	100	21,76	80	83,58	20	108,61	100	383,70	20	1,08	40	46,11	40	34,95	100	27,81	20
MANAS	2021/12	12,73	60,00	3,54	40	143,61	100	5,42	100	161,89	20	269,40	100	355,62	20	1,85	100	73,66	60	15,72	100	5,73	20
MTRKS	2021/12	26,56	100,00	51,36	100	376,97	100	9,75	100	21,03	40	154,67	100	89,06	80	1,55	80	61,55	60	91,34	100	10,80	20
MIATK	2021/12	18,08	80,00	22,06	100	98,35	100	2,03	100	9,39	80	269,53	100	300,15	40	2,59	100	81,65	80	136,55	100	2,07	20
MOBTL	2021/12	4,75	40,00	33,63	100	104,71	100	17,90	100	64,83	20	114,63	100	190,32	60	0,92	20	56,12	60	4,09	100	21,80	20
NETAS	2021/12	-13,48	20,00	-1893,41	20	319,84	100	77,70	40	-18,40	100	85,11	100	474,57	20	0,74	20	0,97	20	15,45	100	348,43	20
PAPIL	2021/12	-4,41	20,00	21,56	100	247,60	100	1,18	100	5,54	80	1303,84	100	1445,14	20	11,80	100	91,75	80	968,00	100	1,19	80
PENTA	2021/12	11,35	60,00	-1,98	20	6884,57	100	2,26	100	-116,53	100	155,30	100	164,57	60	1,00	20	36,74	40	6,08	100	2,31	20
PKART	2021/12	20,87	100,00	22,22	100	1422,73	100	3,84	100	17,96	40	218,97	100	138,71	80	1,67	100	57,19	60	91,74	100	3,99	20
SMART	2021/12	5,71	40,00	5,53	60	54,71	100	6,67	100	129,05	20	143,34	100	280,07	60	1,43	80	73,86	60	26,87	100	7,14	20
VBTYZ	2021/12	4,69	40,00	24,50	100	391,19	100	4,98	100	21,38	40	164,31	100	591,87	20	1,56	80	40,69	40	114,76	100	5,24	20

BİST Sigortacılık (XSGRT) Endeksindeki Şirketlerin 2021 Yılı Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleriyle Değerlendirilmesi

Selahattin BEKTAŞ*

ÖZ

Sigorta kavramı, gelecekte bireylerin veya kurumların karşılaşılabilecekleri çeşitli maddi riskler veya beklenmedik bir şekilde gelişen olaylara karşı önceden alınan bir güvenlik tedbiri alma şekli olarak belirtilebilir. Bu çalışmanın amacı, XSGRT endeksinde bulunan sigorta şirketlerinin finansal performanslarını 2021 yılının dört çeyrek dönemi için değerlendirmektir. Bu doğrultuda sigorta şirketlerinin performans analizi için sekiz adet performans kriteri seçilmiştir. Çalışmanın analizi için MEREK, MABAC ve CoCoSo yöntemlerinden faydalanılmıştır. MEREK yöntemiyle ağırlıklar belirlenmiştir. MABAC ve CoCoSo yöntemiyle performans sıralaması yapılmıştır. MEREK Yöntemine göre, ilk çeyrekte sırasıyla en önemli üç kriter, Teknik Gelir Büyümesi, Fiyat Kazanç Oranı ve Aktif Kârlılığı olmuştur. İkinci çeyrekte sırasıyla en önemli üç kriter, Fiyat Kazanç Oranı, Hisse Başına Kâr ve Aktif Kârlılığı şeklinde tespit edilmiştir. Üçüncü çeyrekte en önem üç kriter sırasıyla, Teknik Gelir Büyümesi, Fiyat Kazanç Oranı ve Hisse Başına Kârdır. Son çeyrekte sırasıyla en önemli kriterler, Fiyat Kazanç Oranı, Aktif Kârlılığı ve Hisse Başına Kâr olmuştur. Sıralama Sonuçlarında, CoCoSo'ya göre, ilk çeyrekte en iyi performansı gösteren şirketin AKGRT olduğu, ikinci çeyrekte TURSG olduğu, üçüncü çeyrekte AKGRT olduğu ve son çeyrekte AGESA şirketinin olduğu tespit edilmiştir. MABAC'a göre, ilk çeyrekte en iyi performansı sergileyen şirketin AGESA olduğu, ikinci çeyrekte TURSG olduğu, üçüncü çeyrekte AGESA olduğu ve son çeyrekte ise TURSG şirketi şeklinde belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: MABAC Yöntemi, MEREK Yöntemi, CoCoSo Yöntemi, Sigorta Şirketleri, Performans Analizi, ÇKKV

JEL Sınıflandırması: G2, G20, G22.

Evaluation of the Financial Performance of the Companies in the BIST Insurance (XSGRT) Index in 2021 by MCDM Methods

ABSTRACT

The concept of insurance can be defined as a way of taking precautionary measures against various financial risks or unexpected events that individuals or institutions may encounter in the future. The purpose of this study is to evaluate the financial performances of insurance companies in the XSGRT index for the four quarters of 2021. Accordingly, eight performance criteria were selected for the performance analysis of insurance companies. MEREK, MABAC and CoCoSo methods were used for the analysis of the study. Weights were determined by the MEREK method. Performance ranking was made by MABAC and CoCoSo method. According to the MEREK Method, the three most important criteria in the first quarter were Technical Revenue Growth, Price Earnings Ratio and Return on Assets, respectively. In the second quarter, the three most important criteria were determined as Price Earnings Ratio, Earnings Per Share and Return on Assets, respectively. The three most important criteria in the third quarter are Technical Revenue Growth, Price Earnings Ratio and Earnings Per Share, respectively. In the last quarter, the most important criteria were Price

*Dr. Bağımsız Araştırmacı. e-posta: selahattinbektas42@gmail.com, ORCID Bilgisi: 0000-0001-6285-8318

(Makale Gönderim Tarihi: 08.01.2023 / Yayına Kabul Tarihi: 13.04.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1231282

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Earnings Ratio, Return on Assets and Earnings Per Share, respectively. In the Ranking Results, according to CoCoSo, it was determined that the company with the best performance in the first quarter was AKGRT, TURSG in the second quarter, AKGRT in the third quarter, and AGESA in the last quarter. According to MABAC, the company with the best performance in the first quarter was AGESA, in the second quarter it was TURSG, in the third quarter it was AGESA, and in the last quarter it was the TURSG company.

Key Words: MABAC Method, MEREC Method, CoCoSo Method, Insurance Companies, Performance Analysis, MCDM

JEL Classification: G2, G20, G22.

GİRİŞ

Sigorta kavramı veya sigortacılık faaliyeti, ileri bir tarihte bireylerin veya kurumların karşılaşabilecekleri çeşitli maddi riskler veya beklenmedik bir şekilde gelişen olaylara karşı önceden alınan bir güvenlik tedbiri, farklı bir ifade ile garantiye alma şekli olarak belirtilebilir. Dolayısıyla sigorta, içerdiği güven duygusunun ve kendini garantiye alma hissini somut şekli olarak insanların hayatında önemli bir yer tutmaktadır.

Sigorta şirketleri veya sigorta sektörü, insanlara bu noktada tasarruf bilincini aşılama önemli katkılar sunduğu bilinmektedir. Ayrıca sigortacılık sektörü, topladığı primlerle bir yandan yurtiçi tasarrufların artmasına katkı sunarken öte yandan ülke ekonomisinin büyümesine ve kalkınmasına da faydalı olmaktadır. Sigortacılık sektörü, finansal piyasaların bankacılık sektöründen sonra gelen ikinci en önemli sacayağı olarak söylenebilir. Söz konusu sektör toplamış olduğu primleri ekonomik sisteme aktararak çok önemli bir görevi üstlenmiş olur. Böylelikle hem aracılık rolünü ifa edip hem de tasarrufların dengeli bir şekilde dağılmasını sağlayarak yatırımlara dönüşmesine katkıda bulunur. Finansal piyasada meydana gelebilecek aksaklıklar bir ülkenin ekonomisine ciddi oranda zarar verebilir. Dolayısıyla finans kesiminin önemli bir sacayağı olan sigortacılık sektöründe meydana gelebilecek dolaylı ve direkt bir olumsuz durumda, ülke ekonomisinin etkilenmesi en olası durum olarak ifade edilebilir.

Bu yüzden hem sigorta şirketlerinin hem de sigortacılık sektörünün periyodik olarak finansal performanslarının ölçülmesi ya da belirlenmesi, gelecekte oluşabilecek aksaklıklar için önceden tedbir veya tahribatın azaltılması için zemin hazırlayabilir. Bu gerçekliklerden hareketle, sigorta şirketlerinin veya sektörünün performansının takip edilmesi her geçen gün önemi artan bir durum haline gelmiştir. Tablo 1’de Türk Finans sektörünün 2019-2021 yılları arasında aktif büyüklük gelişimi gösterilmiştir.

Tablo 1: Türk Finans Sektörünün Aktif Büyüklükleri

Türk Finans Sektörü Aktif Büyüklükleri				
(Milyar TL)	2019	2020	2021	%
Bankalar	4.490,8	6.106,4	9.215,4	89,72
Sigorta, Reasürans ve emeklilik Şirketleri	236,6	307,8	429,2	4,18
Menkul Kıymet Yatırım Fonları	113,8	128,5	267,39	2,6
Finansal Kiralama Şirketleri	58,2	70,3	106,05	1,03
Factoring Şirketleri	37	48	64,97	0,63
Tüketici Finansman Şirketleri	27,6	36	48,7	0,47
Aracı Kurumlar	28	41,3	45,77	0,45
Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları	32,7	55,3	87,27	0,85
Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları	3	7,6	6,47	0,06

Kaynak: SEDDK (2021).

Tablo 1’den görüldüğü gibi Türk finans sektörünün aktif büyüklüğü bakımından finansal kesimler itibariyle 2019-2021 yılı arası gelişimi yansıtılmıştır. Buna göre, bankacılık sektörünün tüm yıllarda açık ara farkla lider konumda olduğu ifade edilebilir. Hemen akabinde ise, sigorta kesiminin geldiği görülmektedir. Yine Tablo 1’e göre Türk finans sektöründe sigortacılık kesiminin, her dönemde ikinci en önemli kesim olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmadan beklenen temel katkılar ve kazanımlar;

- Çalışmada, entegre olarak yeni nesil ÇKKV yöntemlerinin kullanılması performans analizine farklı bir bakış açısı getirdiğinden, literatüre bu yönde katkı sunması beklenmektedir.
- Çalışma, BİST endeksine kote olan şirketlerin performanslarını incelediği için kullandığı veri setinde borsaya ve bilançooya has oranların kullanılması bakımından literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.
- Bu çalışma, sadece spesifik olarak tek bir yılın (2021) bilanço dönemlerini incelemesi bakımından farklılaşmaktadır.
- Çalışmanın kısıtları, tek yıl baz alması (2021) yılı, farklı üç yöntem kullanımı (MERIC, MABAC ve CoCoSo) ve BİST endeksine kote olan altı şirketi incelemesi şeklinde belirtilebilir.

Yukarıda bahsi geçen konulardan hareketle bu çalışmanın amacı, BİST sigortacılık endeksine kote olan sigorta şirketlerinin finansal performanslarını, finansal oranlarla 2021 yılı çeyreklik bilanço dönemleri için analiz etmektir. Bu doğrultuda çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Giriş kısmı olarak nitelenen bu bölüm ilk kısmı oluştururken, ikinci kısımda çalışmanın kapsamına giren alanla ilgili ulusal ve uluslararası literatür bölümü gelmektedir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın amacı, veri seti, yöntem ve analiz kısmı gelmektedir. Son olarak ise, sonuç bölümünü, genel sonuç ve tartışma bölümü oluşturmaktadır.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Bu çalışmanın literatür kısmı iki aşamadan oluşmaktadır. İlk kısımda çalışmanın konusuna yönelik olarak yapılan çalışmalara değinilmiştir. Ardından gelen ikinci kısımda ise çalışmada kullanılan ÇKKV yöntemlerine ilişkin yapılan çalışmaların bir kısmı özet tablo literatür olarak sunulmuştur.

Işık (2021a), Türkiye’de faaliyet gösteren yerli ve yabancı sermayeli hayat dışı sigorta şirketlerinin kârlılığını etkileyen etmenleri belirlemeyi amaçlamıştır. 2014-2019 dönemi için yapılan panel veri analizinin sonuçlarına göre, yerli sermayeli sigorta şirketlerinin performanslarını, borç oranı, prim tutma oranı, kote olma durumu ve toplam varlıkların büyümesi olarak belirlemiştir. Öte yandan yabancı sermayeli sigorta şirketlerinin performanslarını ise, şirket büyüklüğü, borç oranı, yüklenim riski, prim tutma oranı, kote olma durumu ve şirket sayısı olarak belirlemiştir.

Ağ (2019), Borsa İstanbul’da işleme tabi olan sigorta şirketlerinin performanslarını Veri Zarflama Analizi (VZA) tekniği ile ele almıştır. 2018 yılına

ilişkin yapılan etkinlik analizinin sonucuna göre, beş şirketin etkin olduğunu belirlemiştir.

Işık (2021b), AXA sigorta şirketinin finansal performansını 2011-2020 dönemi ÇKKV yöntemleri ile analiz etmiştir. AHP, CRITIC ve WEBDA yöntemlerinden yararlanmıştır. Sonuç olarak 10 yıllık periyotta söz konusu sigorta şirketinin performansının istikrarsız olarak seyrettiğini tespit etmiştir.

Bektaş (2022), Türkiye'deki sigortacılık sektörünün performansını 2022-2021 dönemi için Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri vasıtasıyla analiz etmiştir. MEREC, LOPCOW, CoCoSo ve EDAS yöntemleriyle yapılan analiz neticesinde sektörün performans bakımından en iyi olduğu yılı, 2020 yılı olarak tespit etmiştir.

Acar (2019), Topsis yöntemi kullanarak Türk borsasında bulunan sigorta şirketlerinin performanslarını değerlendirmiştir. 2008-2017 dönemi için ÇKKV yöntemleri ile yapılan analizden elde edilen sonuçlara göre, (D) ile sembolize edilen şirketin, kaldıraç etkisinin maksimum olduğu zamanlarda en iyi performansı sergileyen şirket olurken, tam tersi durumda da (C) ile sembolize edilen şirketinin daha iyi performans gösterdiğini tespit etmiştir.

Işık (2019) Türkiye'deki hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansını CRITIC, TOPSIS ve MULTIMOORA yöntemleri ile değerlendirmiştir. ÇKKV yöntemleri ile yapılan analiz sonuçlarına göre, 2017 (2009) yıllarında sektörün performans bakımından en iyi olduğu dönem olarak tespit ederken, 2012 yılını ise en kötü dönem olarak bulmuştur.

Aydın (2019), ÇKKV teknikleri ile Türkiye'de faaliyet gösteren hayat ve emeklilik sigorta şirketlerinin performanslarını ele almıştır. CRITIC ve TOPSIS yöntemleri vasıtasıyla yapılan analiz sonuçlarına göre, her iki grup sigorta şirketlerinin performans sıralamalarının benzer olduğunu bulmuştur.

Bayramoğlu ve Başarır (2016), Türk borsasına koteli olan sigorta kurumlarının ÇKKV yöntemleri ile 2011-2014 dönemi performanslarını incelemiştir. TOPSIS yönteminden elde edilen sonuçlar ışığında ilgili dönemde en iyi performansı gösteren kurumun Aksigorta olduğunu tespit etmişlerdir.

Çakır (2016), Türkiye'de bulunan ve borsada işlem gören sigorta şirketlerinin performanslarını ÇKKV yöntemleri ile analiz etmiştir. Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ve VIKOR yöntemiyle yapılan değerlendirmeler neticesinde 2014 yılında performans bakımından (F) ile sembolize edilen kurumun olduğunu belirlemiştir.

Görmüş (2021), BİST'e kote olup işlem gören sigorta kurumlarının performansını ÇKKV yöntemleri ile analiz etmiştir. CRITIC, TOPSIS ve ARAS yöntemleri ile yapılan analizler çerçevesinde 2020 yılında en iyi performansı sergileyen ilk iki firmanın Türkiye Sigorta ve Ray Sigortanın olduğunu belirlemiştir.

Kula, Kandemir ve Baykut (2016), Borsa İstanbul'da (BİST) halka açık olan sigorta firmalarının performanslarını ÇKKV yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Gri İlişkisel Analiz (GİA) ile yapılan analiz sonuçlarına göre,

2013 yılında etkinlik ve performans sıralamalarında Aksigorta isimli firmanın en iyi firma olduğunu ortaya koymuşlardır.

Önder ve Kavak (2019), Sigorta şirketlerinin kurumsallıkları ile finansal performansları arasında ilişkiyi panel veri analizi yöntemi ile araştırmışlardır. Elde edilen bulguya göre, 2008-2017 dönemi için firmaların kurumsallıkları ile finansal performansları arasında istatistiki ve anlamlı bir ilişkinin varlığını saptamışlardır.

Pala (2022), BİST'teki sigorta şirketlerinin performanslarını 2019-2020 yılları için ÇKKV yöntemleri vasıtasıyla araştırmıştır. CRITIC ve MULTIMOOSRAL yöntemleri ile yapılan analiz neticesinde incelenen her iki yılda da en iyi performansı gösteren şirketin Avivasa şirketinin olduğunu ortaya koymuştur.

Pehlivan ve Acar (2022), ÇKKV yöntemlerinden faydalanarak Türk hayat dışı sigorta şirketlerinin performanslarını 2015-2019 dönemi için analiz etmişlerdir. GRI-ENTROPI ve COPRAS teknikleriyle elde edilen sonuçlardan hareketle, BNP Paribas isimli sigorta şirketinin en iyi performansa sahip olduğunu saptamışlardır.

Rahmati ve Darestani (2022). Balance Scorecard, BWM ve TOPSIS yöntemlerini kullanarak Kuzey İran'da faaliyette bulunan üç sigorta şirketinin performanslarını analiz etmişlerdir. Yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgulara göre, (A) ile sembolize edilen şirketin performans bakımından en iyi şirket olduğunu saptamışlardır.

Terol, Parra, Garcia ve Terol (2022), İspanya'da bulunan hayat dışı sigorta şirketlerinin performanslarını ÇKKV yöntemlerinden olan Extended Best Worst (EBW) ile analiz etmiştir. Yaptıkları hesaplamalar neticesinde çalışma sonucunda 2009-2017 dönemi için, 2009'da Agrup_Saint, 2010'da Comp_Espanola, 2011 ve 2013'te CAI, 2012, 2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarında ise Expertia şirketinin en başarılı performansı gösterdiğini tespit etmişlerdir.

Ünal (2019), Entropi ve Edas yöntemlerinden yararlanarak Borsa İstanbul'daki sigorta şirketlerinin performanslarını ölçmüştür. ÇKKV yöntemlerinden elde edilen sonuçlara 2018 yılında en iyi performansı sergileyen şirketin Aksigorta olarak bulmuştur.

Ünal ve Taşçı (2022), SD ve Waspas yöntemlerinden faydalanarak 2021 yılı için Türk katılım sigorta şirketlerinin performansını incelemişlerdir. ÇKKV yöntemlerine dayanarak yaptıkları analizin sonucuna göre, en iyi performansı Bereket Katılım ve Hayat Sigorta şirketinin gösterdiğini bulmuşlardır.

Zhang, Xie, Noorkhah, Imei ve Das (2022). İran'da faaliyette bulunan 27 sigorta şirketinin performanslarını çkkv yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. SVN ve TODIM yöntemlerini kullanarak yapılan analiz sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren şirketin (A10) ile temsil edilen şirketin olduğunu belirlemişlerdir.

Ecer ve Pamucar (2021), ÇKKV yöntemlerinden olan MARCOS yönteminden faydalanarak Türkiye'de faaliyet gösteren on sigorta şirketinin Covid-19 dönemi performansını değerlendirmişlerdir. Ele alınan dönemde analiz sonucuna göre en iyi performansı sergileyen şirketin (A5) ile temsil edilen ikinci

en iyi performansı gösteren şirketin ise (A2) ile temsil edilen şirketin olduğunu belirtmişlerdir.

Mimovic, Tadic, Tisma, Nestic ve Lafuente (2021), bulanık küme ve TOPSIS yöntemlerinden faydalanarak 2006 ve 2016 yılları arasında bulunan periyotta Sırbistan’da bulunan dört sigorta şirketinin performansını değerlendirmişlerdir. Araştırmanın sonucuna göre incelenen dönem için en iyi performansı sergileyen şirketin (E1) ile sembolize edilen şirketin olduğunu belirtmişlerdir.

Ayrıca çalışmada kullanılan 3 farklı ÇKKV yöntemi ile ilgili yapılan çalışmalarda özet tablo literatür olarak gösterilmiştir. Söz konusu yöntemlere ait özet tablo literatür Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Çalışmada Kullanılan Yöntemlere İlişkin Özet Tablo Literatür

Yazar	Yöntem	Araştırma Konusu
MEREC Yöntemi		
Ulutaş, Drajsa, Darjan, Gabrijela ve Srdan (2022)	MEREC	Transpalet seçimi değerlendirmesi yapmışlardır.
Keleş (2023)	MEREC	Türkiye’deki 81 ilin sağlık performansları değerlendirmiştir.
Satıcı (2022)	MEREC	Üniversitelerin girişimcilik ve yenilikçilik performansları incelemiştir.
Özdağoğlu, Işıldak ve Keleş (2022)	MEREC	Uçuş okullarının uçak seçimi sıralamışlardır.
Ersoy (2022)	MEREC	OECD ve AB üyesi ülkelerin inovasyon performanslarını incelemiştir.
Bektaş (2022)	MEREC	Türk Sigorta sektörünün 2002-2021 dönemi performansını araştırmıştır.
MABAC Yöntemi		
Wei, Wei, Wu ve Wang (2019)	MABAC	Tıbbi tüketim ürünlerinin tedarikçi seçimini değerlendirmişlerdir.
Keleş (2022)	MABAC	Türk Hava Yollarının yıllar bazında performansını sıralamıştır.
Demirtaş (2022)	MABAC	Üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımlarını değerlendirmiştir.
Demir (2022)	MABAC	Anadolu Sigorta şirketinin kurumsal performansını ölçmüştür.
Altıntaş (2022)	MABAC	Avrupa ülkelerinin enerji inovasyonu performanslarını analiz etmiştir.
Altıntaş (2022)	MABAC	G7 ülkelerinin siber güvenlik performanslarını değerlendirmiştir.
CoCoSo Yöntemi		
Popović (2021)	CoCoSo	Personel seçimin analizi yapmıştır.
Çiftaslan ve Rençber (2022)	CoCoSo	Sistemik önemli bankaların finansal performanslarını ölçmüşlerdir.
Çalış ve Sakarya (2022)	CoCoSo	Covid-19 dönemi ve öncesi için otomotiv sektöründeki firmaların performanslarını analiz etmişlerdir.
Temür ve Tulum (2022)	CoCoSo	BİST teknoloji firmalarının performanslarını araştırmışlardır.
Çilek (2022)	CoCoSo	Grup bazında mevduat bankalarının performanslarını incelemiştir.
Görçün ve Küçükönder (2022)	CoCoSo	Kentlerin raylı sistem performanslarını değerlendirmişlerdir.

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

II. AMAÇ, VERİ SETİ, YÖNTEM VE ANALİZ

Bu çalışmada XSGRT endeksinde yer alan sigorta şirketlerinin finansal performansları 2021 yılı için dört çeyrek bilanço dönemleri üzerinden ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sekiz adet finansal performans kriteri

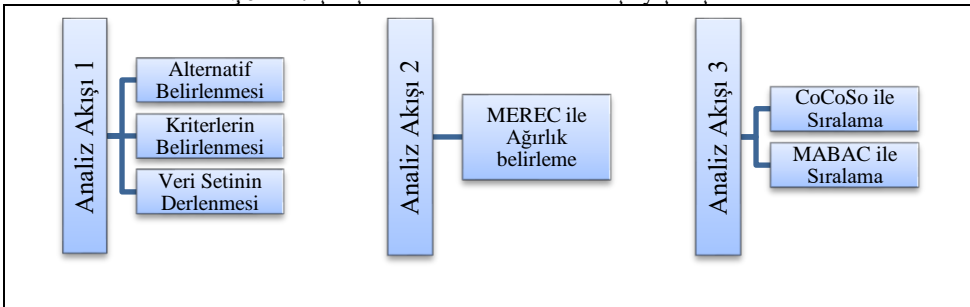
belirlenmiştir. Bu kriterler Cari Oran (CO), Aktif Kârlılığı (AK), Özsermaye Kârlılığı (ÖSK), Hisse Başına Kâr (HBK), Teknik Gelir Büyümesi (TGEB), Fiyat Kazanç Oranı (F/K), Piyasa Değeri/ Defter Değeri (PD/DD) ve son olarak Teknik Gider Büyümesi (TGİB) şeklindedir. Tablo 3'te veri setine ilişkin detaylar sunulmuştur.

Tablo 3: Analizde Kullanılan Performans Kriterlerine Yönelik Bilgiler

Performans Kriterleri	Kısaltmaları	Kriter Yönleri	Verilerin Kaynağı
Cari Oran	CO	Maksimum (Mak)	Finnet2000Plus
Aktif Kârlılığı	AK	Mak	
Özsermaye Kârlılığı	ÖSK	Mak	
Hisse Başına Kâr	HBK	Mak	
Teknik Gelir Büyümesi	TGEB	Mak	
Fiyat Kazanç Oranı	F/K	Minimum2 (Min)	
Piyasa Değeri/Defter Değeri	PD/DD	Min	
Teknik Gider Büyümesi	TGİB	Min	

Çalışmada çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinden MEREC, CoCoSo ve MABAC yöntemleri kullanılmıştır. Söz konusu bu yöntemlerden MEREC yöntemi ile performans kriterlerinin önem ağırlık kat sayıları hesaplanmıştır. Geriye kalan iki yöntem CoCoSo ve MABAC ile de alternatifler, elde edilen performans skorlarıyla sıralamaya tabi tutulmuştur. Söz konusu yöntemlerin seçilmesindeki amaç, MEREC, CoCoSo ve yöntemlerinin literatüre yeni kazandırılmış olması ve eski yöntemlere göre daha verimli bir analiz kabiliyetlerinin olması şeklinde belirtilebilir. Ayrıca seçilen bu yöntemler ile yapılan bu çalışmanın literatüre katkı sağlanması düşünülmüştür. Performans kriterlerine ilişkin elde edilen veriler Finnet2000plus'tan derlenmiştir. Ayrıca her bir yöntem için analiz çözümleri de Microsoft Excel programı vasıtasıyla dört çeyrek dönem için ayrı ayrı çözülmüştür. Çalışmanın sistematik çerçevede işleyişine yönelik şematik gösterim ise Şekil 1'de yansıtılmıştır.

Şekil 1: Çalışmanın Sistematik Olarak İşleyiş Biçimi



Buna göre, Şekil 1'deki sistematik işleyiş şemasından da anlaşılacağı üzere, ilk olarak problematik belirlenip (Akış 1), sonrasında kriter ağırlıkları belirlenecek (Akış 2) ve en son olarak (Akış 3) sıralama yöntemleriyle performans analizi gerçekleştirilecektir.

A.Merrec Yöntemi

Objektif kriter ağırlıklandırma yöntemlerinden olan MEREC yöntemi Keshavarz-Ghorabae vd. tarafından ÇKKV (Çok Kriterli Karar Verme) yöntemleri literatürüne 2021'de tanıtılmıştır. Bu yöntem, kriter ağırlığını

belirlemede kriterlerin kaldırma etkilerine, farklı bir şekilde ifade edilirse herhangi bir kriter için önem ağırlığı hesaplanırken, ağırlığı hesaplanan kriterin devre dışı bırakılması ve toplam kriter ağırlığında meydana gelen değişikliğe bakılması yönüyle farkını ortaya koyar. Bu yöntem diğer objektif ÇKKV kriter ağırlıklandırma yöntemleri olan CRITIC ve ENTROPİ vb. gibi yöntemlerden yukarıda bahsedilen özelliği sayesinde farklılaşmaktadır. MEREC yöntemi altı adımdan oluşmaktadır (Keshavarz-Ghorabae vd., 2021: 7-9):

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması: Denklem 1'e göre karar matrisi oluşturulur.

$$X = \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \cdots & X_{1m} \\ X_{21} & X_{22} & \cdots & X_{2m} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ X_{n1} & X_{n2} & \cdots & X_{nm} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 2: Normalize Karar Matrisinin Belirlenmesi: Denklem 2'den hareketle normalize karar matrisi hazırlanır.

$$n_{ij}^x = \begin{cases} \frac{\min x_{ij}}{x_{ij}} & \text{eğer } j \text{ Faydalı Kriter} \\ \frac{x_{ij}}{\max x_{ij}} & \text{eğer } j \text{ Faydasız Kriter} \end{cases} \quad (2)$$

Adım 3: Toplam Performans Değerinin (S_i) Hesaplanması: Her bir alternatifin toplam performans değeri (S_i) Denklem 3'e göre hesaplanır.

$$S_i = \ln \left(1 + \left(\frac{1}{m} \sum_j |\ln(n_{ij}^x)| \right) \right) \quad (3)$$

Adım 4: Alternatiflerin Performansının (S'_{ij}) Belirlenmesi: Denklem 4'ten faydalanılarak her kriter ayrı ayrı çıkarılarak alternatiflerin performansı (S'_{ij}) belirlenir.

$$S'_{ij} = \ln \left(1 + \left(\frac{1}{m} \sum_{k, k \neq j} |\ln(n_{ik}^x)| \right) \right) \quad (4)$$

Adım 5: Sapmaların Toplamı (E_j) nin Belirlenmesi: Yöntemin bu kısmında Denklem 5'ten hareketle mutlak sapmaların toplamı (E_j) hesaplanır. E_j j. kriterin çıkarılma etkisini göstermek üzere, adım 1-3 ve adım 1-4'ten elde edilen değerlere dayalı olarak j. kriterin çıkarılma etkisi belirlenir.

$$E_j = \sum_i |S'_{ij} - S_i| \quad (5)$$

Adım 6: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması: Denklem 6'ya göre her bir kriterin objektif ağırlığı (w_j) Adım 1-5'in çıkarılma etkileri (E_j) kullanılarak hesaplanır.

$$w_{j,merec} = \frac{E_j}{\sum_k E_k} \quad (6)$$

B.Mabac Yöntemi

2015 yılında Pamucar ve Cirovic tarafından ÇKKV literatürüne kazandırılan MABAC yöntemi, alternatiflerin sınır yakınlık alanına olan uzaklarını

belirlemeye dayalı olarak kriter fonksiyonlarını hesaplayan bir ÇKKV yöntemi olarak ifade edilmektedir (Ayçin ve Çakın, 2019: 334; Çınaroğlu, 2022: 22). Söz konusu yöntem yedi adımdan meydana gelmektedir (Pamucar ve Cirovic, 2015: 3019-3021; Demir, 2022: 118):

1 Adım: Karar Matrisinin (X) Belirlenmesi: Denklem 7'ye göre karar (X) matrisi belirlenir.

$$X = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \dots \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (7)$$

2. Adım: Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması: Denklem 8' deki matris, Denklem 9 ve Denklem 10 vasıtasıyla karar matrisinin elemanları normalize işlemine tabi tutulur. Burada Fayda veya maliyet kriter yönüne göre Denklem 9 ve Denklem 10 kullanılır.

$$X = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \dots \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \dots & n_{1n} \\ n_{21} & n_{22} & & n_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ n_{m1} & n_{m2} & \dots & n_{mn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Denklem 9, Maksimum olan kriterler için kullanılır.

Denklem 10 ise, Minimum olan kriterler için kullanılır.

$$n_{ij} = \frac{x_{ij} - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \quad (9)$$

$$n_{ij} = \frac{x_i^- - x_{ij}}{x_i^- - x_i^+} \quad (10)$$

3. Adım: Karar Matrisinin Ağırlıklandırılması İşlemi: Denklem 11' yoluyla Kriter ağırlıklarının devreye alınması vasıtasıyla karar matrisi ağırlıklandırılır.

$$v_{ij} = w_i \cdot (n_i + 1) \quad (11)$$

4. Adım: Sınır Yakınlık Alanı Matrisinin (G) Hazırlanması: Denklem 12 ile bütün kriterlere yönelik sınır yakınlık skorları hesaplanır ve (G) matrisi oluşturulur.

$$g_i = \left(\prod_{j=1}^m v_{ij} \right)^{\frac{1}{m}} \quad (12)$$

$$G = [g_1 \quad g_2 \quad \dots \quad g_n]$$

m : Karar alternatif sayısı.

v_{ij} : Ağırlıklandırılmış değerler.

5. Adım: Sınır Yakınlık Alanına Uzaklık değerlerinin (Q) belirlenmesi: Denklem 13 vasıtasıyla her bir değer için sınır yakınlık alanına uzaklık skorları hesaplanır ve Q matrisi oluşturulur.

$$Q = \begin{bmatrix} q_{11} & q_{12} & \dots & q_{1n} \\ q_{21} & q_{22} & \dots & q_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ q_{m1} & q_{m2} & \dots & q_{mn} \end{bmatrix} \quad (13)$$

Burada elde edilen q_{ij} değerleri, ağırlıklı matris değerleri ve sınır yakınlık değerleri arasındaki farktan elde edilmektedir. Bu işlem ise Denklem 14'te gösterilmiştir.

$$Q = V - G = \begin{bmatrix} v_{11} - g_1 & v_{12} - g_2 & \dots & v_{1n} - g_n \\ v_{21} - g_1 & v_{22} - g_2 & \dots & v_{2n} - g_n \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} - g_1 & v_{m2} - g_2 & \dots & v_{mn} - g_n \end{bmatrix} \quad (14)$$

6. Adım: Alternatiflerin Sınır Yakınlık Alanına Göre Durumlarının Belirlenmesi: Denklem 15'ten yararlanarak her alternatif için bir önceki hesaplanan (q_{ij}) skorlarına göre (A_i) ile temsil edilen sınır yakınlık alanına göre durumları hesaplanır.

$$A_i \in \begin{cases} G^+ & \text{eğer } q_{ij} > 0 \\ G & \text{eğer } q_{ij} = 0 \\ G^- & \text{eğer } q_{ij} < 0 \end{cases} \quad (15)$$

Denklem X'ten anlaşılacağı üzere alternatifler ya sınır yakınlık üst alanında (G^+) veya sınır yakınlık alanında (G) ya da sınır yakınlık alt alanında (G^-) yer alabilmektedir. (G^+) alanında kriter değerlerinin çoğunu barındıran alternatif en iyi alternatif olarak belirtilir. Ayrıca $q_{ij} > 0$ durumu, (A_i) alternatifinin ideal alternatife yakınlığını gösterirken, $q_{ij} < 0$ durumu ise (A_i) alternatifinin negatif alternatife yakınlık durumunu temsil etmektedir.

7. Adım: Nihai Performans Değerlerinin Belirlenmesi (S_i) ve Alternatiflerin Sıralanması: Denklem 16'dan faydalanarak son nihai performans skorları (S_i) hesaplanır ve sıralanır. Burada (q_i) değerleri kullanılır.

$$S_i = \sum_{j=1}^n q_{ij}, \quad j = 1, 2, \dots, n, \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (16)$$

C.Cocoso Yöntemi

Yazdani, Zarate, Zavadskas ve Turskis (2019) tarafından literatüre kazandırılan CoCoSo yöntemi, yeni bir ÇKKV yöntemidir. Söz konusu bu yöntemin dayanağı, bütünleşik bir basit ağırlıklı toplam ve üstel ağırlıklı çarpım modelidir (Yazdani vd., 2019: 2507). CoCoSo yöntemi, Simple Additive Weighting (SAW) ve Exponically Weighting Product (EWP) yöntemlerinin birleşimiyle türetilmiştir (Topal, 2021: 538). Bu yönteminin diğer ÇKKV yöntemlerinden farklı yanı, üç farklı bütünleşme stratejisinden oluşan, basit ağırlıklı toplam ve üstel ağırlıklı çarpım birleşmesinden meydana gelmesinin yanısıra negatif değerleri bulunduran bir karar matrisinden etkilenmemesi şeklinde belirtilebilir (Özdağoğlu, Işıldak ve Keleş, 2022: 711). CoCoSo yöntemi beş aşamadan meydana gelir (Yazdani vd, 2019: 2507-2508):.

1. Adım: İçsel Karar Matrisinin Oluşturulması: İlk olarak içsel karar matrisi (IDM) Denklem 17 vasıtasıyla oluşturulur.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \cdots & X_{1n} \\ X_{21} & X_{22} & \cdots & X_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ X_{m1} & X_{m2} & \cdots & X_{mn} \end{bmatrix}; \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (17)$$

2. Adım: Kriter Değerlerinin Normalizasyon İşlemine Tabi Tutulması: İçsel karar matrisinde bulunan değerlerin her biri, Denklem 18 ve Denklem 19'da bulunan uzlaşma, normalleştirme denklemlerine dayalı olarak gerçekleştirilir. Eğer kriterler fayda yönlü ise Denklem 18 maliyet yönlü ise, Denklem 19'daki formülasyon yararlanılır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - \min_i x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}} \quad (18)$$

$$r_{ij} = \frac{\max_i x_{ij} - x_{ij}}{\max_i x_{ij} - \min_i x_{ij}} \quad (19)$$

3. Adım: Basit Ağırlıklı Toplam (Si) ve Üstel Ağırlıklı Çarpım (Pi) Değerlerinin Bulunması: Ağırlıklı karşılaştırılabilirlik dizisi toplamı Si Denklem 20 kullanılarak bulunur. Her Bir alternatif için karşılaştırılabilirlik dizilerinin güç ağırlığının toplamı Pi Denklem 21 kullanılarak bulunur.

$$S_i = \sum_{j=1}^n (w_j r_{ij}) \quad (20)$$

Söz konusu bu Si değeri, gri ilişkisel üretim yaklaşımına dayalı olarak elde edilir:

$$S_i = \sum_{j=1}^n (r_{ij})^{w_j} \quad (21)$$

Söz konusu bu Pi değeri de WASPAS çarpımsal yaklaşımına göre elde edilmektedir.

4. Adım: Görelî Ağırlık (k_{ia}, k_{ib}, k_{ic}) Değerlerinin Hesaplanması: Burada üç farklı toplama stratejisinden faydalanılarak Denklem 22, Denklem 23 ve Denklem 24 yardımıyla alternatiflerin göreceli ağırlıkları hesaplanır.

Burada üç farklı toplama stratejisinden faydalanılarak Denklem 22, Denklem 23 ve Denklem 24 yardımıyla alternatiflerin göreceli ağırlıkları hesaplanır.

$$k_{ia} = \frac{P_i + S_i}{\sum_{i=1}^m (P_i + S_i)} \quad (22)$$

$$k_{ib} = \frac{S_i}{\min S_i} + \frac{P_i}{\min P_i} \quad (23)$$

$$k_{ic} = \frac{(\lambda S_i) + (1 - \lambda) P_i}{(\lambda \max S_i) + (1 - \lambda) \max P_i}; \quad 0 \leq \lambda \leq 1 \quad (24)$$

5. Aşama: Alternatiflerin Nihai Sıralaması Performans (k_i) Değerlerinin Bulunması: Alternatiflerin nihai sıralaması Denklem 25 kullanılarak hesaplanmıştır.

$$k_i = (k_{ia} k_{ib} k_{ic})^{1/3} + \frac{1}{3} (k_{ia} k_{ib} k_{ic}) \quad (25)$$

Bu aşamadan sonra her iki yöntemi de hibrit bir şekilde kullanarak önerilen model çerçevesinde analize dâhil olan şirketlerin sürdürülebilirlik performansının analizi yapılmıştır. Dolayısıyla analiz çıktıları bir sonraki kısımda tablolar halinde mukayeseli bir şekilde değerlendirilmiştir.

III. ANALİZ SONUÇLARI

Bu kısımda sigorta şirketleri için yapılan performans analizi sonuçları tablolar yardımı ile karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. İlk olarak kriter ağırlıklandırma yöntemi olan MEREC yönteminin sonuçları gösterilmiştir. Akabinde ise performans sıralama yöntemleri olarak kullanılan CoCoSo ve MABAC yöntemlerinin sonuçları adım adım yansıtılmıştır. Yapılan analizler 2021 yılını kapsamakta olup çeyreklik (dört) bilanço dönemleri için yapılmıştır.

A. Merc Yönteminin Sonuçları

Çalışmada kriterlerin önem ağırlıklarının hesaplanabilmesi için objektif kriter ağırlıklandırma yöntem grubu içinde yer alan MEREC yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada 2021 yılı dört çeyrek bilanço dönemine ilişkin kullanılan karar matrisi Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Tüm Çeyreklik Dönemler İçin Kullanılan Karar Matrisleri

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	4,72	1,24	80,34	2,07	54,88	8,47	5,34	47,65
AKGRT	1,18	8,74	56,64	1,46	24,32	5,53	2,90	29,38
ANHYT	1,03	1,67	45,20	1,23	7,14	7,64	3,17	11,77
ANSGR	1,19	4,08	20,04	0,95	25,10	6,85	1,17	27,48
RAYSG	1,22	3,54	18,02	0,36	29,29	32,84	5,29	41,30
TURSG	1,24	14,43	44,04	1,00	0,44	6,12	1,85	1,43
MAK	4,72	14,43	80,34	2,07	54,88	32,84	5,34	47,65
MİN	1,03	1,24	18,02	0,36	0,44	5,53	1,17	1,43
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	4,97	1,17	66,13	2,17	16,02	8,49	4,65	13,43
AKGRT	1,19	6,89	38,96	1,22	24,46	6,45	2,48	44,61
ANHYT	1,03	1,49	39,00	1,21	11,72	7,28	2,70	17,85
ANSGR	1,19	3,96	18,66	0,99	28,12	6,18	1,05	30,21
RAYSG	1,24	2,55	12,09	0,26	31,13	39,38	4,39	51,87
TURSG	1,27	13,09	41,21	0,95	12,53	4,95	1,45	17,34
MAK	4,97	13,09	66,13	2,17	31,13	39,38	4,65	51,87
MİN	1,03	1,17	12,09	0,26	11,72	4,95	1,05	13,43
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	5,70	1,15	59,35	2,24	16,82	7,71	3,82	16,76
AKGRT	1,21	6,37	34,82	1,15	26,11	6,10	2,09	42,80
ANHYT	1,04	1,50	37,64	1,29	3,94	7,18	2,52	4,74
ANSGR	1,21	3,33	15,44	0,84	25,97	7,15	1,01	30,63
RAYSG	1,24	2,04	9,83	0,22	30,25	44,16	4,04	45,04
TURSG	1,28	8,61	27,91	0,84	12,91	5,83	1,48	22,72
MAK	5,70	8,61	59,35	2,24	30,25	44,16	4,04	45,04
MİN	1,04	1,15	9,83	0,22	3,94	5,83	1,01	4,74

2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	6,77	1,06	57,42	2,49	67,12	8,24	4,19	74,05
AKGRT	1,16	2,92	16,84	0,62	32,74	17,13	3,09	57,16
ANHYT	1,03	1,57	39,97	1,59	39,00	7,53	2,79	81,02
ANSGR	1,16	3,62	17,35	1,04	39,00	6,30	1,03	41,94
RAYSG	1,21	3,36	17,57	0,42	50,04	32,94	5,12	52,79
TURSG	1,26	8,33	27,56	0,91	23,30	5,53	1,39	35,05
MAK	6,77	8,33	57,42	2,49	67,12	32,94	5,12	81,02
MİN	1,03	1,06	16,84	0,42	23,3	5,53	1,03	35,05

Kaynak: (Finnet2000plus)

2021 yılı dört çeyrek bilanço dönemine ait sigorta şirketlerinin bilgilerini içeren karar matrisleri toplu olarak Tablo 3'te gösterilmiştir. Her dönem için ayrı ayrı hazırlanan söz konusu matrisler, ayrı ayrı her dönem için Microsoft Excel programı yardımıyla çözülmüştür.

Yöntemin ikinci kısmında 2021 yılına ilişkin dört çeyrek döneme ait olan normalize edilmiş karar matrisleri Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Tüm Çeyreklik Dönemlere Ait Normalize Karar Matrisleri

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,218	1,000	0,224	0,174	0,008	0,258	1,000	1,000
AKGRT	0,873	0,142	0,318	0,247	0,018	0,168	0,543	0,617
ANHYT	1,000	0,743	0,399	0,293	0,062	0,233	0,594	0,247
ANSGR	0,866	0,304	0,899	0,379	0,018	0,209	0,219	0,577
RAYSG	0,844	0,350	1,000	1,000	0,015	1,000	0,991	0,867
TURSG	0,831	0,086	0,409	0,360	1,000	0,186	0,346	0,030
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,207	1,000	0,183	0,120	0,732	0,216	1,000	0,259
AKGRT	0,866	0,170	0,310	0,213	0,479	0,164	0,533	0,860
ANHYT	1,000	0,785	0,310	0,215	1,000	0,185	0,581	0,344
ANSGR	0,866	0,295	0,648	0,263	0,417	0,157	0,226	0,582
RAYSG	0,831	0,459	1,000	1,000	0,376	1,000	0,944	1,000
TURSG	0,811	0,089	0,293	0,274	0,935	0,126	0,312	0,334
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,182	1,000	0,166	0,098	0,234	0,175	0,946	0,372
AKGRT	0,860	0,181	0,282	0,191	0,151	0,138	0,517	0,950
ANHYT	1,000	0,767	0,261	0,171	1,000	0,163	0,624	0,105
ANSGR	0,860	0,345	0,637	0,262	0,152	0,162	0,250	0,680
RAYSG	0,839	0,564	1,000	1,000	0,130	1,000	1,000	1,000
TURSG	0,813	0,134	0,352	0,262	0,305	0,132	0,366	0,504
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,152	1,000	0,293	0,169	0,347	0,250	0,818	0,914
AKGRT	0,888	0,363	1,000	0,677	0,712	0,520	0,604	0,706
ANHYT	1,000	0,675	0,421	0,264	0,597	0,229	0,545	1,000
ANSGR	0,888	0,293	0,971	0,404	0,597	0,191	0,201	0,518
RAYSG	0,851	0,315	0,958	1,000	0,466	1,000	1,000	0,652
TURSG	0,817	0,127	0,611	0,462	1,000	0,168	0,271	0,433

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Söz konusu yöntemin üçüncü kısmında, normalize matrislerden sonra (Si) değerlerinin belirlenmesine geçilmiştir. 2021 yılı dört çeyreklik dönemlere ait (Si) değerlerini içeren Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Tüm Çeyreklik Dönemler için (Si) Değerleri

2021/03	Si	2021/03	Si	2021/03	Si	2021/03	Si
AGESA	1,038	AGESA	0,889	AGESA	0,985	AGESA	0,820
AKGRT	1,072	AKGRT	0,844	AKGRT	0,940	AKGRT	0,446
ANHYT	0,890	ANHYT	0,714	ANHYT	0,841	ANHYT	0,623
ANSGR	0,987	ANSGR	0,839	ANSGR	0,881	ANSGR	0,751
RAYSG	0,657	RAYSG	0,288	RAYSG	0,382	RAYSG	0,354
TURSG	1,030	TURSG	0,952	TURSG	0,949	TURSG	0,808

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Dördüncü kısımda ise (Sij) değerleri belirlendikten sonra, (Sij*) değerlerinin belirlenmesine geçilmiştir. Söz konusu değerlerin yer aldığı dört çeyreklik dönemi kapsayan Sij* matrisleri Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Tüm Çeyrek Dönemleri Kapsayan (Sij*) Değerleri

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,944	1,038	0,946	0,929	0,703	0,955	1,038	1,038
AKGRT	1,064	0,954	1,004	0,988	0,812	0,964	1,036	1,044
ANHYT	0,890	0,869	0,825	0,802	0,678	0,785	0,854	0,789
ANSGR	0,978	0,910	0,980	0,924	0,697	0,884	0,887	0,952
RAYSG	0,642	0,562	0,657	0,657	0,206	0,657	0,656	0,644
TURSG	1,019	0,872	0,975	0,967	1,030	0,924	0,965	0,796
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,775	0,889	0,765	0,732	0,867	0,778	0,889	0,792
AKGRT	0,834	0,708	0,757	0,727	0,790	0,705	0,798	0,833
ANHYT	0,714	0,694	0,613	0,580	0,714	0,565	0,668	0,623
ANSGR	0,829	0,748	0,808	0,738	0,774	0,696	0,726	0,800
RAYSG	0,264	0,185	0,288	0,288	0,157	0,288	0,280	0,288
TURSG	0,939	0,783	0,870	0,865	0,948	0,809	0,874	0,879
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,873	0,985	0,866	0,829	0,890	0,870	0,981	0,921
AKGRT	0,930	0,822	0,854	0,826	0,809	0,802	0,896	0,937
ANHYT	0,841	0,822	0,740	0,705	0,841	0,701	0,807	0,665
ANSGR	0,871	0,805	0,850	0,784	0,742	0,747	0,781	0,854
RAYSG	0,361	0,314	0,382	0,382	0,118	0,382	0,382	0,382
TURSG	0,936	0,810	0,880	0,859	0,870	0,809	0,882	0,904
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,671	0,820	0,726	0,680	0,739	0,713	0,805	0,813
AKGRT	0,433	0,331	0,446	0,403	0,409	0,373	0,390	0,408
ANHYT	0,623	0,587	0,543	0,496	0,576	0,481	0,567	0,623
ANSGR	0,742	0,649	0,749	0,677	0,710	0,612	0,616	0,698
RAYSG	0,335	0,209	0,349	0,354	0,261	0,354	0,354	0,303
TURSG	0,793	0,641	0,770	0,748	0,808	0,665	0,706	0,743

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

MEREC yönteminin son kısmında elde edilen (Ej) ve önem ağırlık (Wj) değerleri belirlenmiştir. Sigorta şirketlerinin performans kriterlerine ait (Ej) ve (Wj) değerleri Tablo 8'de sunulmuştur.

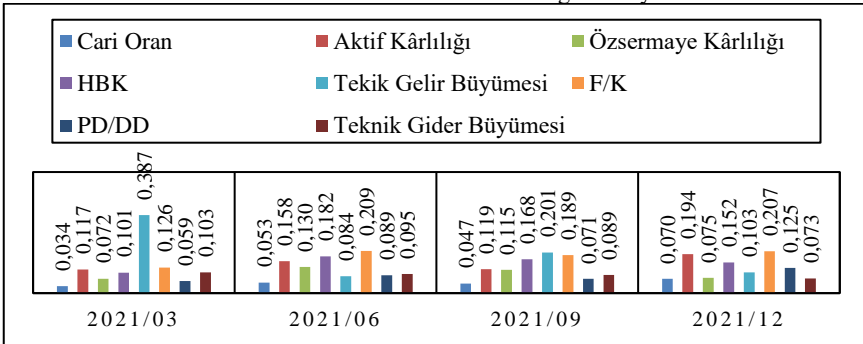
Tablo 8: Tüm Çeyrek Dönemleri Kapsayan E_j ve W_j Değerleri

KRİTERLER	CARI ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
2021/03								
E_j	0,137	0,469	0,286	0,405	1,547	0,504	0,237	0,410
W_j	0,034	0,117	0,072	0,101	0,387	0,126	0,059	0,103
SIRA	8	3	6	5	1	2	7	4
2021/06								
E_j	0,172	0,519	0,426	0,597	0,275	0,684	0,290	0,312
W_j	0,053	0,158	0,130	0,182	0,084	0,209	0,089	0,095
SIRA	8	3	4	2	7	1	6	5
2021/09								
E_j	0,166	0,420	0,407	0,593	0,709	0,667	0,249	0,315
W_j	0,047	0,119	0,115	0,168	0,201	0,189	0,071	0,089
SIRA	8	4	5	3	1	2	7	6
2021/12								
E_j	0,205	0,563	0,219	0,442	0,300	0,603	0,363	0,213
W_j	0,070	0,194	0,075	0,152	0,103	0,207	0,125	0,073
SIRA	8	2	6	3	5	1	4	7

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

2021 yılı dört çeyrek bilanço dönemi için performans kriterlerinin ağırlıklarının belirlenmesine ilişkin yapılan analiz sonuçlarına göre, birinci çeyrekte en çok ağırlığa sahip kriter TGEB olurken, F/K oranı ise ikinci en fazla ağırlığa sahip kriter olarak belirlenmiştir. Üçüncü ağırlığa sahip kriter ise AK olarak tespit edilmiştir. 2021 yılı ikinci çeyrek dönem analiz sonuçlarına göre, en çok ağırlığa sahip olan kriter olarak F/K oranı olarak bulunurken, ikinci en önemli ağırlığa sahip kriter olarak HBK olarak belirlenmiştir. Üçüncü en fazla ağırlığa sahip kriter ise AK olarak saptanmıştır.

Üçüncü çeyreğine ilişkin analiz sonuçlarına göre, en çok ağırlığa sahip olan kriter TGEB dir. İkinci en çok ağırlığa sahip kriter olarak F/K oranı olarak bulgulanmıştır. Üçüncü en fazla ağırlığa sahip kriter ise HBK şeklinde tespit edilmiştir. Son çeyrek, diğer bir ifade ile 2021 yılının dördüncü çeyreğinde ise sırasıyla en fazla ilk üç ağırlığa sahip performans kriterleri sırası ile, F/K, AK ve HBK olarak belirlenmiştir. Ayrıca dönemlere göre kriterlerin ağırlık seyri Grafik 1'de gösterilmiştir.

Grafik 1: Dönemlere Göre Kriter Ağırlık Seyri

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Grafik 1'den görüleceği gibi, 2021 yılı dört çeyreklik dönem için MERIC yöntemi ile hesaplanan kriter ağırlık skorları yansıtılmıştır. Buna göre ilk çeyrekte

en önemli kriterin TGEB'in olduğu anlaşılmaktadır. İkinci çeyrekte ise en önemli kriterin F/K oranı şeklinde görülmektedir. Üçüncü çeyrekte en önemli kriterin yine TGEB'in olduğu anlaşılmaktadır. Son çeyrekte ise en önemli kriter olarak F/K oranı olarak görülmektedir.

B.Cocoso Yönteminin Sonuçları

2021 dört çeyreklik bilanço dönemlerinde BİST'te yer alan sigorta şirketlerine yönelik performans analizinde kullanılan ilk ÇKKV yöntemi olan CoCoSo yönteminin sıralama sonuçlarına ilişkin analiz adımları tablolar halinde mukayeseli olarak bu kısımda tartışılmıştır. Karar matrisleri MEREC analizde kullanılan bütün yöntemler için aynı olduğundan burada ve MABAC yönteminde verilmemiştir. Ayrıca yöntem analizi Microsoft Excel programıyla çözülmüştür. Tablo 9'da dört çeyrek bilanço dönemi için CoCoSo yönteminden elde edilen normalize matrisler yer almaktadır.

Tablo 9: Tüm Çeyreklik Dönelmlere Ait Normalize Matrisler

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KÂRLİLİĞİ	ÖZSERMAYE KÂRLİLİĞİ	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Wj	0,034	0,117	0,072	0,101	0,387	0,126	0,059	0,103
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	1,000	0,892	0,000	0,000
AKGRT	0,041	0,569	0,620	0,643	0,439	1,000	0,585	0,395
ANHYT	0,000	0,033	0,436	0,509	0,123	0,923	0,520	0,776
ANSGR	0,043	0,215	0,032	0,345	0,453	0,952	1,000	0,436
RAYSG	0,051	0,174	0,000	0,000	0,530	0,000	0,012	0,137
TURSG	0,057	1,000	0,418	0,374	0,000	0,978	0,837	1,000
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KÂRLİLİĞİ	ÖZSERMAYE KÂRLİLİĞİ	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Wj	0,053	0,158	0,130	0,182	0,084	0,209	0,089	0,095
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,222	0,897	0,000	1,000
AKGRT	0,041	0,480	0,497	0,503	0,656	0,956	0,603	0,189
ANHYT	0,000	0,027	0,498	0,497	0,000	0,932	0,542	0,885
ANSGR	0,041	0,234	0,122	0,382	0,845	0,964	1,000	0,563
RAYSG	0,053	0,116	0,000	0,000	1,000	0,000	0,072	0,000
TURSG	0,061	1,000	0,539	0,361	0,042	1,000	0,889	0,898
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KÂRLİLİĞİ	ÖZSERMAYE KÂRLİLİĞİ	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Wj	0,047	0,119	0,115	0,168	0,201	0,189	0,071	0,089
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,490	0,951	0,073	0,702
AKGRT	0,036	0,700	0,505	0,460	0,843	0,993	0,644	0,056
ANHYT	0,000	0,047	0,562	0,530	0,000	0,965	0,502	1,000
ANSGR	0,036	0,292	0,113	0,307	0,837	0,966	1,000	0,358
RAYSG	0,043	0,119	0,000	0,000	1,000	0,000	0,000	0,000
TURSG	0,052	1,000	0,365	0,307	0,341	1,000	0,845	0,554
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KÂRLİLİĞİ	ÖZSERMAYE KÂRLİLİĞİ	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Wj	0,070	0,194	0,075	0,152	0,103	0,207	0,125	0,073
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	1,000	0,901	0,227	0,152
AKGRT	0,023	0,256	0,000	0,097	0,215	0,577	0,496	0,519
ANHYT	0,000	0,070	0,570	0,565	0,358	0,927	0,570	0,000
ANSGR	0,023	0,352	0,013	0,300	0,358	0,972	1,000	0,850
RAYSG	0,031	0,316	0,018	0,000	0,610	0,000	0,000	0,614
TURSG	0,040	1,000	0,264	0,237	0,000	1,000	0,912	1,000

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Yöntemin bu kısmında normalize değerler elde edildikten sonra, (Si) değerlerinin hesaplanmasına geçilmiştir. Söz konusu değerlere ilişkin dört çeyrek dönemlik matrisler Tablo 10'da yansıtılmıştır

Tablo 10: Tüm Dönemleri İçeren (Si) Değerlerine İlişkin Matrisler

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,034	0,117	0,072	0,101	0,387	0,126	0,059	0,103		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	0,034	0,000	0,072	0,101	0,387	0,113	0,000	0,000	0,707	TOPLAM
AKGRT	0,001	0,067	0,044	0,065	0,170	0,126	0,035	0,041	0,549	2,786
ANHYT	0,000	0,004	0,031	0,052	0,048	0,116	0,031	0,080	0,361	Mak
ANSGR	0,001	0,025	0,002	0,035	0,175	0,120	0,059	0,045	0,464	0,707
RAYSG	0,002	0,020	0,000	0,000	0,205	0,000	0,001	0,014	0,242	Min
TURSG	0,002	0,117	0,030	0,038	0,000	0,123	0,050	0,103	0,463	0,242
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,053	0,158	0,130	0,182	0,084	0,209	0,089	0,095		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	0,053	0,000	0,130	0,182	0,019	0,187	0,000	0,095	0,666	TOPLAM
AKGRT	0,002	0,076	0,065	0,092	0,055	0,200	0,053	0,018	0,561	3,039
ANHYT	0,000	0,004	0,065	0,091	0,000	0,195	0,048	0,084	0,487	Mak
ANSGR	0,002	0,037	0,016	0,070	0,071	0,202	0,089	0,054	0,539	0,674
RAYSG	0,003	0,018	0,000	0,000	0,084	0,000	0,006	0,000	0,112	Min
TURSG	0,003	0,158	0,070	0,066	0,004	0,209	0,079	0,086	0,674	0,112
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,047	0,119	0,115	0,168	0,201	0,189	0,071	0,089		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	0,047	0,000	0,115	0,168	0,098	0,180	0,005	0,063	0,677	TOPLAM
AKGRT	0,002	0,083	0,058	0,077	0,169	0,188	0,045	0,005	0,628	3,126
ANHYT	0,000	0,006	0,065	0,089	0,000	0,182	0,035	0,089	0,467	Mak
ANSGR	0,002	0,035	0,013	0,052	0,168	0,183	0,071	0,032	0,555	0,677
RAYSG	0,002	0,014	0,000	0,000	0,201	0,000	0,000	0,000	0,217	Min
TURSG	0,002	0,119	0,042	0,052	0,069	0,189	0,060	0,050	0,582	0,217
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,070	0,194	0,075	0,152	0,103	0,207	0,125	0,073		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	0,070	0,000	0,075	0,152	0,103	0,187	0,028	0,011	0,627	TOPLAM
AKGRT	0,002	0,050	0,000	0,015	0,022	0,120	0,062	0,038	0,308	2,739
ANHYT	0,000	0,014	0,043	0,086	0,037	0,192	0,071	0,000	0,443	Mak
ANSGR	0,002	0,068	0,001	0,046	0,037	0,201	0,125	0,062	0,542	0,647
RAYSG	0,002	0,061	0,001	0,000	0,063	0,000	0,000	0,045	0,173	Min
TURSG	0,003	0,194	0,020	0,036	0,000	0,207	0,114	0,073	0,647	0,173

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

(Si) değerleri hesaplandıktan sonra CoCoSo yönteminin bu adımında, (Pi) değerlerinin hesaplanmasına geçilmiştir. (Pi) değerlerine ilişkin dört çeyrek dönemlik matrisler Tablo 11'de yansıtılmıştır.

Tablo 11: Tüm Dönemleri İçeren (Pi) Değerlerine İlişkin Matrisler

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,034	0,117	0,072	0,101	0,387	0,126	0,059	0,103		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	1,000	0,000	1,000	1	1,000	0,986	0	0,000	4,986	TOPLAM
AKGRT	0,896	0,936	0,966	0,956	0,727	1,000	0,969	0,909	7,359	36,144
ANHYT	0,000	0,669	0,942	0,934	0,444	0,990	0,962	0,974	5,916	Mak
ANSGR	0,898	0,835	0,782	0,898	0,736	0,994	1,000	0,918	7,061	7,359
RAYSG	0,903	0,815	0,000	0,000	0,782	0,000	0,769	0,816	4,085	Min
TURSG	0,907	1,000	0,939	0,905	0,000	0,997	0,989	1,000	6,738	4,085

Selahattin Bektaş / BİST Sigortacılık (XSGRT) Endeksindeki Şirketlerin 2021 Yılı Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleriyle Değerlendirilmesi

2021/06	CARI ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,053	0,158	0,130	0,182	0,084	0,209	0,089	0,095		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,881	0,978	0,000	1,000	5,859	TOPLAM
AKGRT	0,845	0,890	0,913	0,882	0,965	0,991	0,956	0,853	7,296	36,320
ANHYT	0,000	0,564	0,913	0,880	0,000	0,985	0,947	0,988	5,279	Mak
ANSGR	0,845	0,794	0,760	0,839	0,986	0,992	1,000	0,947	7,164	7,362
RAYSG	0,857	0,711	0,000	0,000	1,000	0,000	0,792	0,000	3,360	Min
TURSG	0,863	1,000	0,923	0,831	0,766	1,000	0,990	0,990	7,362	3,360
2021/09	CARI ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,047	0,119	0,115	0,168	0,201	0,189	0,071	0,089		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,866	0,991	0,831	0,969	6,656	TOPLAM
AKGRT	0,856	0,958	0,924	0,878	0,966	0,999	0,969	0,772	7,322	36,601
ANHYT	0,000	0,695	0,936	0,899	0,000	0,993	0,952	1,000	5,474	Mak
ANSGR	0,856	0,864	0,778	0,820	0,965	0,993	1,000	0,912	7,187	7,322
RAYSG	0,862	0,776	0,000	0,000	1,000	0,000	0,000	0,000	2,639	Min
TURSG	0,870	1,000	0,890	0,820	0,806	1,000	0,988	0,949	7,322	2,639
2021/12	CARI ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ	TOPLAM	
Wj	0,070	0,194	0,075	0,152	0,103	0,207	0,125	0,073		
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min		
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	1,000	0,979	0,831	0,871	6,681	TOPLAM
AKGRT	0,766	0,768	0,000	0,701	0,854	0,892	0,916	0,953	5,850	35,567
ANHYT	0,000	0,598	0,958	0,917	0,900	0,984	0,932	0,000	5,289	Mak
ANSGR	0,766	0,817	0,719	0,832	0,900	0,994	1,000	0,988	7,016	7,016
RAYSG	0,783	0,800	0,739	0,000	0,950	0,000	0,000	0,965	4,237	Min
TURSG	0,797	1,000	0,904	0,803	0,000	1,000	0,989	1,000	6,493	4,237

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Bir sonraki adımda yöntemin kendine has özelliğinden bir kısmı olan (kia, kib ve kic) kat sayılarının belirlenmesi aşamasına geçilmiştir. Söz konusu değerler Tablo 12' de gösterilmiştir.

Tablo 12: 2021 Yılı Tüm Çeyreklik Dönemlere Ait (kia, kib ve kic) Değerleri

2021/03	kia	SIRA	kib	SIRA	kic	SIRA
AGESA	0,146	5	4,139	1	0,706	5
AKGRT	0,203	1	4,067	2	0,980	1
ANHYT	0,161	4	2,939	5	0,778	4
ANSGR	0,193	2	3,642	3	0,933	2
RAYSG	0,111	6	2,000	6	0,536	6
TURSG	0,185	3	3,559	4	0,893	3
2021/06	kia	SIRA	kib	SIRA	kic	SIRA
AGESA	0,17	4	7,71	2	0,81	4
AKGRT	0,20	2	7,19	3	0,98	2
ANHYT	0,15	5	5,93	5	0,72	5
ANSGR	0,20	3	6,96	4	0,96	3
RAYSG	0,09	6	2,00	6	0,43	6
TURSG	0,20	1	8,23	1	1,00	1
2021/09	kia	SIRA	kib	SIRA	kic	SIRA
AGESA	0,185	4	5,639	2	0,917	4
AKGRT	0,200	1	5,668	1	0,994	1
ANHYT	0,150	5	4,224	5	0,743	5
ANSGR	0,195	3	5,278	4	0,968	3
RAYSG	0,072	6	2,000	6	0,357	6
TURSG	0,199	2	5,455	3	0,988	2
2021/12	kia	SIRA	kib	SIRA	kic	SIRA
AGESA	0,191	2	5,207	2	0,954	2
AKGRT	0,161	4	3,160	5	0,804	4
ANHYT	0,150	5	3,810	4	0,748	5
ANSGR	0,197	1	4,790	3	0,986	1
RAYSG	0,115	6	2,000	6	0,576	6
TURSG	0,186	3	5,275	1	0,932	3

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Tablo 12’den görüleceği 2021 dört çeyrek bilanço dönemi için BİST’te yer alan sigorta sektörüne ait üzere (kia, kib ve kic) skorları sıralamaları ile belirtilmiştir. Yöntemin son adımında ise nihai performans skorlar (Ki) değerlerinin hesaplanmasına geçilmiştir. Son adımda hesaplanan söz konusu nihai performans değerleri Tablo 13’te sunulmuştur.

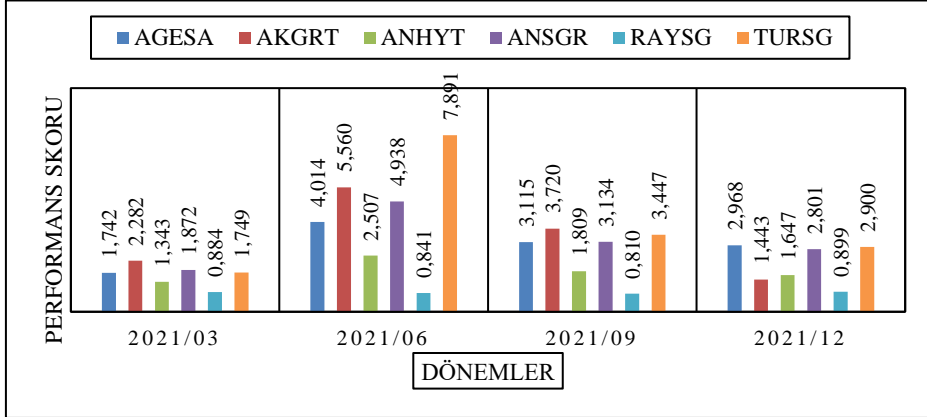
Tablo 13: Sigorta Şirketlerine İlişkin Nihai Performans (Ki) Değerleri

ALTERNATİFLER	2021/03		2021/06		2021/09		2021/12	
	Ki	SIRA	Ki	SIRA	Ki	SIRA	Ki	SIRA
AGESA	1,742	4	4,014	4	3,115	4	2,968	1
AKGRT	2,282	1	5,560	2	3,720	1	1,443	5
ANHYT	1,343	5	2,507	5	1,809	5	1,647	4
ANSGR	1,872	2	4,938	3	3,134	3	2,801	3
RAYSG	0,884	6	0,841	6	0,810	6	0,899	6
TURSG	1,749	3	7,891	1	3,447	2	2,900	2

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Tablo 13’ten görüleceği üzere 2021 yılı BİST’te yer alan sigorta sektörlerine ait performans sıralamaları mevcuttur. Buna göre ilk çeyrekte en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AKGRT, ANSGR ve TURSG olarak tespit edilmiştir. 2021 yılı ikinci çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı sergileyen ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AKGRT ve ANSGR şeklinde belirlenmiştir. 2021 yılı üçüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AKGRT, TURSG ve ANSGR olarak saptanmıştır. Ve son olarak 2021 yılı dördüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, TURSG ve ANSGR olarak bulunmuştur. Ayrıca şirketlerin dönemlik performansları Grafik 2’de gösterilmiştir.

Grafik 2: Dönemler İtibariyle Şirketlerin Performans Seyri (CoCoSo)



Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Grafik 2’den görüleceği gibi, 2021 yılı dört çeyreklik dönem için CoCoSo yöntemi ile hesaplanan performans skorları görülmektedir. Buna göre ilk çeyrekte en iyi şirketin AKGRT olduğu anlaşılmaktadır. İkinci çeyrekte ise en iyi şirket TURSG olarak görülmektedir. Üçüncü çeyrekte en iyi şirketin yine AKGRT olduğu anlaşılmaktadır. Son çeyrekte ise en iyi şirket olarak AGESA olduğu görülmektedir.

C.Mabac Yönteminin Sonuçları

Bu kısımda 2021 dört çeyreklik bilanço dönemlerinde BİST’te yer alan sigorta şirketlerine yönelik performans analizinde kullanılan ilk ÇKKV yöntemi olan MABAC yönteminin sıralama sonuçlarına ilişkin analiz adımları tablolar halinde mukayeseli olarak yorumlanmıştır. Karar matrisleri MEREC analizde kullanılan bütün yöntemler için aynı olduğundan burada ve MABAC yönteminde verilmemiştir. Bu yöntemin analizi Microsoft Excel programıyla çözülmüştür. Tablo 14’te dört çeyrek bilanço dönemi için MABAC yönteminden elde edilen normalize matrisler yer almaktadır.

Tablo 14: Tüm Çeyreklik Dönelmlere Ait Normalize Matrisler

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	1,000	0,892	0,000	0,000
AKGRT	0,041	0,569	0,620	0,643	0,439	1,000	0,585	0,395
ANHYT	0,000	0,033	0,436	0,509	0,123	0,923	0,520	0,776
ANSGR	0,043	0,215	0,032	0,345	0,453	0,952	1,000	0,436
RAYSG	0,051	0,174	0,000	0,000	0,530	0,000	0,012	0,137
TURSG	0,057	1,000	0,418	0,374	0,000	0,978	0,837	1,000
Wj	0,034	0,117	0,072	0,101	0,387	0,126	0,059	0,103
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,222	0,897	0,000	1,000
AKGRT	0,041	0,480	0,497	0,503	0,656	0,956	0,603	0,189
ANHYT	0,000	0,027	0,498	0,497	0,000	0,932	0,542	0,885
ANSGR	0,041	0,234	0,122	0,382	0,845	0,964	1,000	0,563
RAYSG	0,053	0,116	0,000	0,000	1,000	0,000	0,072	0,000
TURSG	0,061	1,000	0,539	0,361	0,042	1,000	0,889	0,898
Wj	0,053	0,158	0,130	0,182	0,084	0,209	0,089	0,095
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	0,490	0,951	0,073	0,702
AKGRT	0,036	0,700	0,505	0,460	0,843	0,993	0,644	0,056
ANHYT	0,000	0,047	0,562	0,530	0,000	0,965	0,502	1,000
ANSGR	0,036	0,292	0,113	0,307	0,837	0,966	1,000	0,358
RAYSG	0,043	0,119	0,000	0,000	1,000	0,000	0,000	0,000
TURSG	0,052	1,000	0,365	0,307	0,341	1,000	0,845	0,554
Wj	0,047	0,119	0,115	0,168	0,201	0,189	0,071	0,089
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
YÖN	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	1,000	0,000	1,000	1,000	1,000	0,901	0,227	0,152
AKGRT	0,023	0,256	0,000	0,097	0,215	0,577	0,496	0,519
ANHYT	0,000	0,070	0,570	0,565	0,358	0,927	0,570	0,000
ANSGR	0,023	0,352	0,013	0,300	0,358	0,972	1,000	0,850
RAYSG	0,031	0,316	0,018	0,000	0,610	0,000	0,000	0,614
TURSG	0,040	1,000	0,264	0,237	0,000	1,000	0,912	1,000
Wj	0,070	0,194	0,075	0,152	0,103	0,207	0,125	0,073

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

MABAC yöntemi için normalize değerler belirlendikten sonra yöntemin bir diğer adımı olan ağırlıklandırılmış normalize matrisinin değerlerini hesaplamaya geçilmiştir. Söz konusu ağırlıklı normalize matrisler dört çeyreklik bilanço dönemi için hesaplanmış ve Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15: Tüm çeyreklik Dönemler İçin Ağırlıklı Normalize Matrisler

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Yön	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,068	0,117	0,143	0,203	0,775	0,239	0,059	0,103
AKGRT	0,036	0,184	0,116	0,167	0,557	0,252	0,094	0,143
ANHYT	0,034	0,121	0,103	0,153	0,435	0,242	0,090	0,182
ANSGR	0,036	0,143	0,074	0,136	0,563	0,246	0,119	0,147
RAYSG	0,036	0,138	0,072	0,101	0,593	0,126	0,060	0,117
TURSG	0,036	0,235	0,102	0,139	0,387	0,249	0,109	0,205
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Yön	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,105	0,158	0,260	0,364	0,103	0,396	0,089	0,190
AKGRT	0,055	0,234	0,195	0,274	0,139	0,409	0,142	0,113
ANHYT	0,053	0,163	0,195	0,273	0,084	0,404	0,136	0,180
ANSGR	0,055	0,196	0,146	0,252	0,155	0,410	0,177	0,149
RAYSG	0,055	0,177	0,130	0,182	0,168	0,209	0,095	0,095
TURSG	0,056	0,317	0,200	0,248	0,088	0,418	0,167	0,181
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Yön	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,094	0,119	0,231	0,336	0,299	0,369	0,076	0,152
AKGRT	0,049	0,202	0,174	0,246	0,370	0,377	0,116	0,094
ANHYT	0,047	0,125	0,180	0,257	0,201	0,372	0,106	0,179
ANSGR	0,049	0,154	0,129	0,220	0,369	0,372	0,141	0,121
RAYSG	0,049	0,133	0,115	0,168	0,402	0,189	0,071	0,089
TURSG	0,049	0,238	0,158	0,220	0,270	0,378	0,130	0,139
2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Yön	Mak	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Min	Min
AGESA	0,141	0,194	0,151	0,304	0,206	0,394	0,153	0,085
AKGRT	0,072	0,243	0,075	0,167	0,125	0,327	0,187	0,111
ANHYT	0,070	0,207	0,118	0,238	0,140	0,399	0,196	0,073
ANSGR	0,072	0,262	0,076	0,198	0,140	0,409	0,249	0,136
RAYSG	0,073	0,255	0,077	0,152	0,166	0,207	0,125	0,118
TURSG	0,073	0,387	0,095	0,188	0,103	0,414	0,238	0,147

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Yöntemin bir sonraki adımında ise, söz konusu yöntemin kendine has özelliği olan sınıra olan yakınlık alanı (gi) değerlerinin hesaplanmasına geçilmiştir. Hesaplanan söz konusu değerler Tablo 16'da yansıtılmıştır.

Tablo 16: Tüm Çeyrek Dönemler İçin Hesaplanan (gi) Değerleri

2021/03								
SINIR YAKINLIK ALANI	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Gi	0,040	0,151	0,099	0,147	0,538	0,220	0,085	0,145
2021/06								
SINIR YAKINLIK ALANI	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Gi	0,061	0,201	0,183	0,260	0,118	0,365	0,130	0,147
2021/09								
SINIR YAKINLIK ALANI	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Gi	0,054	0,156	0,160	0,236	0,310	0,333	0,103	0,125
2021/12								
SINIR YAKINLIK ALANI	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
Gi	0,081	0,251	0,095	0,202	0,143	0,349	0,186	0,108

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Sınıra yakınlık alanı değerlerinin belirlenmesinin ardından yöntemin bir sonraki adımı olan sınıra yakınlık alanına olan uzaklık Q değerlerinin elde edilmesine geçilmiştir. Tablo 17’de hesaplanan bu değerlere ait matrisler mevcuttur.

Tablo 17: Sınıra Yakınlık Alanına Olan Uzaklık Q Değerleri Matrisleri

2021/03	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,029	-0,034	0,045	0,056	0,237	0,019	-0,026	-0,043
AKGRT	-0,004	0,033	0,017	0,020	0,019	0,032	0,009	-0,002
ANHYT	-0,005	-0,030	0,004	0,006	-0,103	0,023	0,005	0,037
ANSGR	-0,004	-0,009	-0,025	-0,010	0,025	0,026	0,033	0,002
RAYSG	-0,004	-0,014	-0,027	-0,045	0,055	-0,094	-0,025	-0,029
TURSG	-0,003	0,083	0,003	-0,007	-0,151	0,030	0,023	0,060
2021/06	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,044	-0,043	0,077	0,104	-0,016	0,032	-0,041	0,044
AKGRT	-0,006	0,033	0,012	0,014	0,021	0,044	0,012	-0,033
ANHYT	-0,008	-0,038	0,012	0,013	-0,034	0,039	0,007	0,033
ANSGR	-0,006	-0,006	-0,037	-0,008	0,037	0,046	0,047	0,002
RAYSG	-0,006	-0,024	-0,053	-0,078	0,050	-0,156	-0,035	-0,051
TURSG	-0,005	0,116	0,017	-0,012	-0,031	0,053	0,037	0,034
2021/09	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,040	-0,037	0,071	0,100	-0,011	0,036	-0,028	0,027
AKGRT	-0,006	0,046	0,014	0,010	0,060	0,043	0,013	-0,031
ANHYT	-0,007	-0,032	0,020	0,021	-0,109	0,038	0,003	0,054
ANSGR	-0,006	-0,003	-0,032	-0,016	0,059	0,038	0,038	-0,004
RAYSG	-0,005	-0,023	-0,045	-0,068	0,092	-0,144	-0,033	-0,036
TURSG	-0,005	0,082	-0,003	-0,016	-0,041	0,045	0,027	0,014
2021/12	CARİ ORAN	AKTİF KARLILIĞI	ÖZSERMAYE KARLILIĞI	HBK	TEKNİK GELİR BÜYÜMESİ	F/K	PD/DD	TEKNİK GİDER BÜYÜMESİ
AGESA	0,060	-0,058	0,055	0,102	0,063	0,045	-0,033	-0,024
AKGRT	-0,009	-0,008	-0,020	-0,035	-0,018	-0,022	0,001	0,003
ANHYT	-0,010	-0,044	0,023	0,036	-0,003	0,050	0,010	-0,035
ANSGR	-0,009	0,010	-0,019	-0,005	-0,003	0,060	0,063	0,027
RAYSG	-0,008	0,004	-0,019	-0,050	0,023	-0,142	-0,061	0,010
TURSG	-0,007	0,136	0,000	-0,014	-0,040	0,066	0,052	0,038

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Q değerlerinin belirlenmesinden sonra yöntemin son aşaması olan nihai performans skorlarının (Si) hesaplanması ve sıralama aşamasına geçilmiştir. 2021 yılı dört çeyrek bilanço dönemi için BİST’te yer alan sigorta şirketlerinin performanslarının nihai sıralamaları Tablo 18’de yansıtılmıştır.

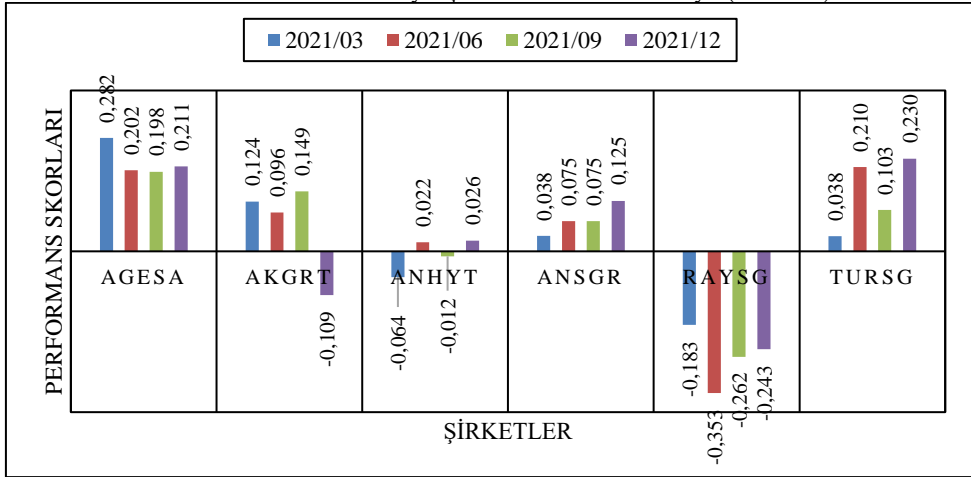
Tablo 18: Tüm Çeyrek Dönemlerde Alternatiflerin Performans (Si) Sıralamaları

2021/03	Sİ	SIRALAMA	2021/06	Sİ	SIRALAMA
AGESA	0,281924	1	AGESA	0,201674	2
AKGRT	0,123769	2	AKGRT	0,096379	3
ANHYT	-0,06402	5	ANHYT	0,022266	5
ANSGR	0,038363	3	ANSGR	0,074992	4
RAYSG	-0,18293	6	RAYSG	-0,35279	6
TURSG	0,037537	4	TURSG	0,209807	1
2021/09	Sİ	SIRALAMA	2021/12	Sİ	SIRALAMA
AGESA	0,197516	1	AGESA	0,211039	2
AKGRT	0,149049	2	AKGRT	-0,10874	5
ANHYT	-0,01247	5	ANHYT	0,026336	4
ANSGR	0,075461	4	ANSGR	0,125416	3
RAYSG	-0,26207	6	RAYSG	-0,24348	6
TURSG	0,10287	3	TURSG	0,230375	1

Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Tablo 17’den görüldüğü gibi 2021 yılı BİST’te yer alan sigorta sektörlerine ait performans sıralamaları mevcuttur. Buna göre ilk çeyrekte en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, AKGRT ve ANSGR olarak bulunmuştur. 2021 yılı ikinci çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı sergileyen ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AGESA ve AKGRT şeklinde saptanmıştır. 2021 yılı üçüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, AKGRT ve TURSG olarak belirlenmiştir. Ve son olarak 2021 yılı dördüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AGESA ve ANSGR olarak tespit edilmiştir. Ayrıca şirketlerin dönemlik performansları Grafik 3’te gösterilmiştir.

Grafik 3: Dönemler İtibariyle Şirketlerin Performans Seyri (MABAC)



Kaynak: Yazarın Hesaplamaları.

Grafik 3’ten görüleceği gibi, 2021 yılı dört çeyreklik dönem için MABAC yöntemi ile hesaplanan performans skorları görülmektedir. Buna göre ilk çeyrekte en iyi şirketin AGESA olduğu anlaşılmaktadır. İkinci çeyrekte ise en iyi şirket yine TURSG olarak görülmektedir. Üçüncü çeyrekte en iyi şirketin AGESA olduğu anlaşılmaktadır. Son çeyrekte ise en iyi şirket olarak yine TURSG olduğu görülmektedir. Bu çalışmada elde edilen sonuçların, literatürdeki bazı çalışmalarla karşılaştırıldığında; (Bayramoğlu ve Başarır, Görmüş (2021) ve Pala (2022)’den farklılaştığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Sigorta kavramı veya sigortacılık faaliyeti, ileri bir tarihte bireylerin veya kurumların karşılaşılabilecekleri çeşitli maddi riskler veya beklenmedik bir şekilde gelişen olaylara karşı önceden alınan bir güvenlik tedbiri olarak söylenebilir. Sigorta şirketleri veya sigorta sektörü, insanlara bu noktada tasarruf bilincini aşılama önemli katkılar sunduğu bilinmektedir.

Ayrıca sigortacılık sektörü, topladığı primlerle bir yandan yurtiçi tasarrufların artmasına katkı sunarken öte yandan ülke ekonomisinin büyümesine ve kalkınmasına da faydalı olmaktadır. Sigortacılık sektörü, finansal piyasaların bankacılık sektöründen sonra gelen ikinci en önemli sacayağı olarak söylenebilir.

Dolayısıyla periyodik olarak söz konusu şirketlerin performanslarının ölçülmesi önemli hale gelmektedir.

Bu çalışmada, 2021 yılı için dört çeyreklik bilanço dönemi baz alınarak BİST sigortacılık endeksinde (XSGRT) bulunan sigorta şirketlerinin, finansal oranlarla finansal performanslarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu motivasyondan hareketle sekiz adet finansal performans kriteri seçilmiştir. Seçilen bu kriterler; cari oran, aktif kârlılığı, öz sermaye kârlılığı, hisse başına kâr, teknik gelir büyümesi, fiyat kazanç oranı, piyasa değeri/defter değeri ve son olarak teknik gider büyümesi şeklindedir. Bu kriterlerden ilk beşi fayda (maksimum) yönlü olmak üzere geriye kalan üç kriter ise maliyet (minimum) yönlü olarak belirlenmiştir. Söz konusu amaç doğrultusunda çalışmada performans analizi yapılması için üç farklı ÇKKV yönteminden faydalanılmıştır. Bu yöntemler ise; MEREC, MABAC ve CoCoSo yöntemleridir. Bu yöntemlerden MEREC ile kriterlerin önem ağırlık değerleri hesaplanmıştır. Geriye kalan iki yöntem ile de ayrı ayrı sigorta şirketlerinin performans analizi ve başarı sıralamaları yapılmıştır.

Yapılan analizler neticesinde MEREC yönteminin sonuçlarına göre; birinci çeyrekte fazla ağırlığa sahip kriter TGEB olurken, F/K oranı ise ikinci en fazla ağırlığa sahip kriter olarak belirlenmiştir. Üçüncü en çok ağırlığa sahip kriter ise AK olarak tespit edilmiştir. 2021 yılı ikinci çeyrek dönem analiz sonuçlarına göre, en çok ağırlığa sahip olan kriter olarak F/K oranı olarak bulunurken, ikinci en önemli ağırlığa sahip kriter olarak HBK olarak belirlenmiştir. Üçüncü en fazla ağırlığa sahip kriter ise AK olarak saptanmıştır. Üçüncü çeyrek analiz sonuçlarına göre, en fazla ağırlığa sahip olan kriter TGEB dir. İkinci en fazla ağırlığa sahip kriter olarak F/K oranı olarak bulgulanmıştır. Üçüncü en fazla ağırlığa sahip kriter ise HBK şeklinde tespit edilmiştir. Son çeyrek, diğer bir ifade ile 2021 yılının dördüncü çeyreğinde ise sırasıyla en fazla ilk üç ağırlığa sahip performans kriterleri sırası ile, F/K, AK ve HBK olarak saptanmıştır.

Sıralama yöntemlerinin ilki olan CoCoSo yönteminin sonuçlarına göre, 2021 yılı ilk çeyrekte en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AKGRT, ANSGR ve TURSG olarak tespit edilmiştir. İkinci çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı sergileyen ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AKGRT ve ANSGR şeklinde belirlenmiştir. Üçüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AKGRT, TURSG ve ANSGR olarak saptanmıştır. Son olarak dördüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, TURSG ve ANSGR olarak bulunmuştur. Sıralama yöntemlerinin ikincisi olan MABAC yönteminin sonuçlarına göre, 2021 yılı ilk çeyrekte en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, AKGRT ve ANSGR olarak bulunmuştur. İkinci çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı sergileyen ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AGESA ve AKGRT şeklinde saptanmıştır. Üçüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla AGESA, AKGRT ve TURSG olarak belirlenmiştir. Son olarak dördüncü çeyrek sonuçlarına göre, en iyi performansı gösteren ilk üç şirket sırasıyla TURSG, AGESA ve ANSGR olarak tespit edilmiştir.

Yöntemlerden elde edilen sonuçlar çeyreklik olarak karşılaştırıldığında, her iki yöntemden elde edilen başarı sıralamaların farklılaştığı anlaşılmaktadır. Ayrıca yöntemlerin kendi içinde çeyreklik sıralamalarına bakıldığında da sıralamalarda farklılaşmaların olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla incelen dönem için de şirketlerin performanslarında dalgalanmaların meydana geldiği ve söz konusu bu dalgalanmaların şirketlerin finansal performanslarını da etkilediği söylenebilir.

Ayrıca bu çalışmadan elde edilen sonuçların bir yandan sektör otoritelerine ve bu alanda bulunan şirketlerin üst yönetiminde bulunan yöneticilere fikir sağlaması açısından bilgiler vermesi beklenirken, öte yandan bu alandaki şirketlere yatırım yapmak isteyen yatırımcılara karşı bir bilgi ve fikir sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın hem kullandığı yöntemler ve incelendiği konu bakımından hem de elde edilen sonuçlar bakımından literatüre katkı sunacağı beklenmektedir.

Çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farkı 2021 yılına ait çeyreklik dönemleri bütünlük olarak ÇKKV modelleri ile analiz etmesi, yeni yöntemleri deneyerek modelleri önermesi ve finansal oranlar kullanması şeklinde belirtilebilir. Yine bu çalışmanın bu alanda yapılacak olan diğer çalışmalara farklı bir örnek teşkil etmesi beklenmektedir. Ayrıca yeni yöntemler ve farklı yıllar için hazırlanan yeni veri setleri ile yapılacak olan analizlerde, sonuçlarda değişiklik görülebilir. Bu yönleri ile bakıldığında çalışmanın literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makalenin tamamı Dr. Selahattin BEKTAŞ tarafından kaleme alınmıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2019). Finansal Performansın Belirlenmesinde ve Sıralanmasında Topsis Çok Kriterli Karar Verme Yönteminin Kullanılması: Bıst Sigorta Şirketleri Uygulaması. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 11(21), 136-162. <https://doi.org/10.14784/marufacd.623385>
- Ağ, A. (2019). Analysis of Financial Performance by Data Envelopment Analysis Method of Insurance Companies Traded in BIST. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2656-2668. <https://doi.org/10.15295/bmij.v7i5.1330>
- Altıntaş, F. F. (2022). Avrupa Ülkelerinin Enerji İnovasyonu Performanslarının Analizi: Mabac ve Marcos Yöntemleri İle Bir Uygulama. *İşletme Akademisi Dergisi*, 3(2), 188-216. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1027>
- Altıntaş, F. F. (2022). G7 Ülkelerinin Siber Güvenlik Performanslarının Analizi: Entropi Tabanlı Mabac Yöntemi İle Bir Uygulama. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 11(1), 263-286. <https://doi.org/10.28956/gbd.1109776>
- Ayçin, E. & Çakın, E. (2019). Ülkelerin İnovasyon Performanslarının Ölçümünde Entropi ve MABAC Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Bütünlük Olarak Kullanılması. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 19(2), 326-351. <https://doi.org/10.25294/aiiibfd.649275>

- Aydın Ünal, E. (2019). Bütünleşik Entropi ve Edas Yöntemleri Kullanılarak Bist Sigorta Şirketlerinin Performansının Ölçülmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(4), 555-566. <https://doi.org/10.29106/fesa.649946>
- Aydın, Y. (2019). Türkiye'de Hayat\Emeklilik Sigorta Sektörünün Finansal Performans Analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 107-118. <https://doi.org/10.29106/fesa.536729>
- Bayramoğlu, Y. D. D. M. F. & Başarır, Ö. G. D. Ç. (2016). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Karşılaştırmalı Finansal Performans Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 135-144. <https://doi.org/10.18037/ausbd.415568>
- Bektaş, S. (2022). Türk Sigorta Sektörünün 2002-2021 Dönemi için Merc, Lopcow, Cocoso, Edas Çkkv Yöntemleri ile Performansının Değerlendirilmesi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 16(2), 247-283. <https://doi.org/10.46520/bddkdergisi.1178359>
- Bektaş, S. (2022). Türk Sigorta Sektörünün 2002-2021 Dönemi için MEREK, LOPCOW, COCOSO, EDAS ÇKKV Yöntemleri ile Performansının Değerlendirilmesi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 16(2), 247-283. <https://doi.org/10.46520/bddkdergisi.1178359>
- Çakır, S. (2016). Türk Sigortacılık Sektöründe Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri (ÇKKV) ile Performans Ölçümü: BİST Uygulaması. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 127-147. <https://dergipark.org.tr/pub/cuiibfd/issue/34473/385974>
- Çalış, N. & Sakarya, Ş. (2022). Covid-19 Döneminde ve Öncesinde Firmaların Finansal Performanslarının CRITIC Temelli CoCoSo Yöntemi ile Analizi; BİST Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 287-322. <https://doi.org/10.33399/biibfad.1142744>
- Çınaroğlu, E. (2022). Entropi Destekli MABAC Yöntemi ile AB Ülkeleri Dijital Dönüşüm Performansı Analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, Dijitalleşme Özel Sayısı. 18-34. <https://doi.org/10.30783/nevsosbil.1122529>
- Çiftaslan, M. E. & Rençber, Ö. F. (2022). IDOCRIW ve CoCoSo Yöntemleri ile Sistemik Önemli Bankaların Performans Analizi: Türkiye Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, “21. Uluslararası İşletmecilik Kongresi Özel Sayısı”, 54-72. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.1135258>
- Çilek, A. (2022). Bütünleşik SV-CoCoSo Teknikleriyle Etkinlik Analizi: Mevduat Bankaları Gruplarında Bir Uygulama. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(26), 52-69. <https://doi.org/10.38155/ksbd.1079357>
- Demir, G. (2022). Hayat Dışı Sigorta Sektöründe Kurumsal Performansın PSI-SD Tabanlı MABAC Metodu İle Ölçülmesi: Anadolu Sigorta Örneği. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-136. <https://doi.org/10.30784/epfad.1072645>
- Demir, G. (2022). Hayat Dışı Sigorta Sektöründe Kurumsal Performansın PSI-SD Tabanlı MABAC Metodu İle Ölçülmesi: Anadolu Sigorta Örneği. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-136. <https://doi.org/10.30784/epfad.1072645>
- Demirtaş, M. C. (2022). Üniversite Rektörlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Mabac Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Öneri Dergisi*, 17(57), 102-147. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.941348>
- Ecer, F. & Pamucar, D. (2021). MARCOS Technique Under İntuitionistic Fuzzy Environment For Determining the COVID-19 Pandemic Performance of Insurance Companies in Terms of Healthcare Services. *Applied Soft Computing*, (104), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2021.107199>
- Ersoy, N. (2022). OECD Ve AB Üyesi Ülkelerin İnovasyon Performanslarının Merc-Marcos Bütünleşik Modeli İle Ölçümü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1039-1063. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.1106249>
- Görçün, Ö. F. & Küçükönder, H. (2022). BMW ve CoCoSo Yöntemleri ile Kentlerin Ulaşım Performanslarının Karşılaştırmalı Analizi. *İDEALKENT*, 13(36), 824-856. <https://doi.org/10.31198/idealkent.1028556>
- Görmüş, İ. (2021). Borsa İstanbul (BİST)'da İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Critic Ağırlıklandırma, Topsis ve Aras Yöntemleri ile Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi. 4th

- International Congress of Human Studies (ICHUS) Full Text Booklet*, 10-11 Dec. 2021, Ankara/ TÜRKİYE. <https://www.ichus.org/wp-content/uploads/2021/12/ichus-Tam-Metinler-Kitabi-2.pdf>
- Işık, Ö. (2019), Türkiye'de Hayat Dışı Sigorta Sektörünün Finansal Performansının CRITIC Tabanlı TOPSIS ve MULTIMOORA Yöntemiyle Değerlendirilmesi, *BMIJ*, (2019), 7(1): 542-562. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1090>
- Işık, Ö. (2021a). Analysing the Determinants of Profitability of Domestic and Foreign Non-Life insurers in Turkey. *International Journal of Insurance and Finance*, 1(1), 45-55. <https://doi.org/10.52898/ijif.2021.5>
- Işık, Ö. (2021b). AHP, CRITIC VE WEDBA Yöntemlerini İçeren Entegre Bir ÇKKV Modeli İle AXA Sigorta Şirketinin Finansal Performansının Analizi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi (IJBEMP)*, 5(2), 892-908. <http://dx.doi.org/10.29228/ijbemp.55049>
- Keleş, M. K. (2022). CRITIC Temelli MABAC Yöntemi İle Türk Hava Yollarının Yıllara Göre Performansının Değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 6(1), 53-67. <https://doi.org/10.31200/makuubd.1070559>
- Keleş, N. (2023). Türkiye'nin 81 İlinin Sağlık Performansının Güncel Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (75), 120-141. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.1134082>
- Keshavarz-Ghorabae, M., Amiri, M., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Antucheviciene, J. (2021). Determination of Objective Weights Using a New Method Based on the Removal Effects of Criteria (MEREC). *Symmetry*, 13(4), 1-20, 525. <http://dx.doi.org/10.3390/sym13040525>
- Kula, V., Kandemir, T. & Baykut, E. (2016). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Sigorta ve Bes Şirketlerinin Finansal Performansının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 37-53. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akuiibfd/issue/24314/257660>
- Mimovic, P., Tadic, D., Tisma, A.B., Nestic, S. & Lafuente, J. G. (2021), Evaluation and Ranking of Insurance Companies by Combining TOPSIS and The Interval Fuzzy Rough Sets. *Serbian Journal of Management* 16(2), 279-299. <https://doi.org/10.5937/sjm16-27672>
- Önder, Ş. & Kavak, N. N. (2019). Sigorta Şirketlerinde Kurumsal Yönetim ve Finansal Performans Arasındaki İlişki. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (62), 170-183. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/49502/572056>
- Özdağoğlu, A. , Işıldak, B. & Keleş, M. K. (2022). MEREC Tabanlı CoCoSo Yöntemiyle Uçuş Okullarının Uçak Seçimlerinin Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 708-719. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumus/issue/70421/1078913>
- Özdağoğlu, A. , Işıldak, B. & Keleş, M. K. (2022). MEREC Tabanlı CoCoSo Yöntemiyle Uçuş Okullarının Uçak Seçimlerinin Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 708-719. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gumus/issue/70421/1078913>
- Pala, O. (2022). BIST Sigorta Endeksinde CRITIC ve MULTIMOOSRAL Tekniklerine Dayalı Finansal Analiz. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(1), 218-235. <https://doi.org/10.24988/ije.939532>
- Pamuçar, D. & Cirović, G. (2015) The selection of transport and handling resources in logistics centers using Multi-Attributive Border Approximation area Comparison (MABAC), *Expert Systems with Applications*, 42(6), 3016-3028. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.11.057>
- Pehlivan, E. & Akpınar, Ö. (2022). Türk Sigorta Sektöründe Faaliyet Gösteren Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Performans Değerlendirmesine Yönelik Ampirik Bir Uygulama. *Öneri Dergisi*, 17(58), 516-548. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.1079878>
- Popović, M. (2021). An MCDM Approach For personnel Selection Using The CoCoSo Method. *Journal of Process Management and New Technologies*, 9(3-4), 78-88. <https://doi.org/10.5937/jpmnt9-34876>
- Rahmati, S. & Darestani, S.A. (2022). Performance of evaluation of Insurance Sector Using Balanced Scorecard and Hybrid BWM-TOPSIS: Evidence from Iran. *International Journal of Productivity and Quality Management*. 36(3), 382-402. <https://doi.org/10.1504/IJPQM.2022.124729>

- Satıcı, S. (2023). MEREC Temelli WASPAS Yöntemiyle Üniversitelerin Girişimci ve Yenilikçi Performanslarının Değerlendirilmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 106-128. <https://dergipark.org.tr/en/pub/girkal/issue/75165/1084684>
- SEDDK, T.C. Sigortacılık Ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (2021), <https://www.seddk.gov.tr/upload/doc/2021-sigortacilik-ve-BES-faaliyet-raporu.pdf>
- Soy Temür, A. & Tulum, S. (2022). Bıst Teknoloji İşletmelerinin Nakit Akış Oranlarına Dayalı Critic Ağırlıklılandırılmalı Cocoso Yöntemi İle Finansal Performans Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 383-401. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1074295>
- Taşcı, M. Z. & Aydın Ünal, E. (2022). Türk Katılım Sigortacılığı Sektörünün SD-Waspas Modeliyle Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25(2), 781-792. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.1196951>
- Terol, A.B., Parra, M. A., Garcia, R.Q. & Terol, C.B.(2022). An Extended Best-Worst Multiple Reference Point Method: Application in the Assessment of Non-life Insurance Companies. *Operation Research*, (22), 5323-5362. <https://doi.org/10.1007/s12351-022-00731-z>
- Topal, A. (2021). Çok kriterli karar verme analizi ile elektrik üretim şirketlerinin finansal performans analizi: Entropi tabanlı Cocoso yöntemi, *bmj* 9(2), 532-546. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i2.1794>
- Ulutaş, A., Drajisa, S., Darjan, K., Gabrijela, P. ve Srdan, N. (2022). Pallet Truck Selection with MEREC and WISP-S Methods. *Strategic Management*, 27(4), 23-29. <https://doi.org/10.5937/StraMan2200013U%20>
- Wei, G., Wei, C., Wu, J., & Wang, H. (2019). Supplier Selection of Medical Consumption Products with a Probabilistic Linguistic MABAC Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 5082. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph16245082>
- Yazdani, M., Zarate, P., Kazimieras Zavadskas, E. and Turskis, Z. (2019). A Combined Compromise Solution (CoCoSo) Method For Multi-Criteria Decision-Making Problems, *Management Decision*, 57(9), pp. 2501-2519. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0458>
- Zhang, K., Xie, Y., Noorkhah, S.A., Imeni, M. & Das, S.K. (2022), "Neutrosophic management evaluation of insurance companies by a hybrid TODIM-BSC method: a case study in private insurance companies", *Management Decision*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2022-0120>

SUMMARY

The concept of insurance or insurance activity can be defined as a way of guaranteeing a security measure taken beforehand against various risks or unexpected events that may occur for individuals, institutions or the assets of the institution or individuals in the future. Therefore, insurance has always had an important place in people's lives as the concrete form of the sense of trust and self-assurance it contains. It is known that insurance companies or the insurance sector, which has a total, make a significant contribution to saving people with these policies. In addition, it can be stated that while it saves money with the premiums it collects, the sector in question also provides benefits to the country's economy, growth and development. The insurance sector can be said to be the second most important pillar of the financial market after the banking sector. It undertakes an important task by transferring the premiums they collect to the economic system. In this way, it not only fulfills its intermediary role, but also enables the savings to be turned into investments by distributing them in a balanced way. Based on the above-mentioned issues, the aim of this study is to analyze the financial

performances of insurance companies listed in the BIST insurance index for the quarterly balance sheet periods of 2021 with financial ratios.

In this study, it is aimed to measure the financial performances of insurance companies included in the XSGRT index over four quarters of their balance sheet periods for 2021. For this purpose, eight financial performance criteria have been determined. In the study, MEREC, CoCoSo and MABAC methods from multi-criteria decision making (MCDM) methods were used. Among these methods, the importance weight coefficients of the performance criteria were calculated with the MEREC method. With the remaining two methods, CoCoSo and MABAC, the alternatives were ranked by the performance scores obtained. The criteria weight scores calculated by the MEREC method for the four quarters of 2021 are reflected. Accordingly, it is understood that TGEB is the most important criterion in the first quarter. In the second quarter, it is seen that the most important criterion is the P/E ratio. It is understood that the most important criterion in the third quarter is TGEB again. In the last quarter, the most important criterion is the P/E ratio. Performance scores calculated with the CoCoSo method for the four quarters of 2021 are shown. Accordingly, it is understood that the best company in the first quarter is AKGRT. In the second quarter, the best company is seen as TURSG. It is understood that the best company in the third quarter is AKGRT again. In the last quarter, it is seen that AGESA is the best company. Performance scores calculated with the MABAC method for the four quarters of 2021 are shown. Accordingly, it is understood that AGESA is the best company in the first quarter. In the second quarter, the best company is again seen as TURSG. It is understood that the best company in the third quarter is AGESA. In the last quarter, it is seen that TURSG is again the best company.

Tax Capacity and Tax Effort in Türkiye and the European Union Countries: An Empirical Application

Şeref Can SERİN*

Murat DEMİR **

ABSTRACT

An efficient tax system is pivotal for effectively implementing fiscal policy and fostering economic development. The extent to which a tax system realizes its full potential determines its efficacy. Nevertheless, existing literature highlights that various economic, social, demographic, and institutional factors can impose limitations on realizing potential tax capacity, thereby constraining the level of tax effort. In this context, this research's principal objective is to assess tax efforts spanning 1995 to 2021 for 27 European Union member states, 3 European Economic Area nations, and Türkiye. Within this framework, our regression analysis attempts to unveil the influence of critical factors affecting taxable capacity, including sectors with inherent tax challenges, international trade dynamics, the scope of the shadow economy, and the level of financial development. The findings of our study shed light on several noteworthy trends. Northern European countries exhibit a notably higher level of tax effort than the remaining sample countries and Türkiye, which lags behind the sample's average tax effort level. Furthermore, the study postulates that enhancing financial development and curbing the shadow economy can contribute to the expansion of fiscal space by bolstering tax capacity.

Key Words: Tax Capacity, Tax Effort, Tax Policy, Panel Data Analysis

JEL Classification: H20, E62, O23

Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Vergi Kapasitesi ve Vergi Gayreti: Ampirik Bir Uygulama

ÖZ

Etkin bir vergi sisteminin özellikle maliye politikasının uygulanabilirliği ve ekonomik kalkınma süreci açısından önemli olduğu düşünülmektedir. En basit anlamıyla, bir vergi sisteminin etkinliği, potansiyelinin ne kadarının gerçekleştirildiğiyle ilgilidir. Bununla birlikte, literatürde ekonomik, sosyal, demografik ve kurumsal faktörlerin potansiyel vergi kapasitesinin gerçekleştirilmesinde bazı kısıtlamalar yaratabileceği ve vergi gayreti düzeyini sınırlayabileceği tartışılmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın birincil amacı, 27 Avrupa Birliği, 3 Avrupa Ekonomik Bölgesi üyesi ve Türkiye için 1995-2021 döneminde vergi çabası düzeyini belirlemeye çalışmaktır. Bu bağlamda gerçekleştirilen regresyon tahmini, vergilendirmenin zor olduğu sektörler, uluslararası ticaret, kayıt dışı ekonomi ve finansal gelişme gibi vergileme kapasitesinin temel belirleyicilerinin etkilerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Ampirik bulgular vergi gayreti açısından Kuzey Avrupa ülkelerinin örneklemin geri kalanından daha iyi bir performans gösterdiği, Türkiye'nin ise örneklem ortalamasının altında olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca finansal gelişmenin iyileştirilmesi ve kayıt dışı ekonomi ile mücadelenin vergi kapasitesini artırarak mali alan oluşumuna katkı sağlayabileceği savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Kapasitesi, Vergi Çabası, Vergi Politikası, Panel Veri Analizi

JEL Sınıflandırması: H20, E62, O23

*Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, e-posta: scserin@harran.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0001-8575-9128

**Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, e-posta: mdemir@harran.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-1466-1104

(Makale Gönderim Tarihi: 31.03.2023 / Yayına Kabul Tarihi:05.11.2023)

Doi Number: 10.18657/yonveek.1274445

Makale Türü: Araştırma Makalesi

INTRODUCTION

Fiscal policy reflects public choices when considered within the scope of the government's authority to spend and collect revenue. Subsequently, fiscal policy in modern economies serves the main objectives of economic growth, macroeconomic stability, redistribution of income, and efficiency in resource allocation. In any modern economy, fiscal policy's ability to achieve stated goals relates to the adequacy of public revenues (Şen, Bulut-Çevik & Kaya, 2019, p. 104). While preparing the state budget, which is the central pillar of fiscal policy, modern economies first specify public expenditures and then determine the resources to generate public revenue. In modern economies, tax revenues are the primary source of financing public expenditures, with a few exceptions. When excluding countries rich in natural resources, tax revenues provide 50-90% of total public expenditures, although they vary from country to country. Consequently, there is substantial interest in theoretical and empirical perspectives on a country's potential tax capacity and effort.

Tax capacity refers to the highest (potential) tax revenue level a country can collect to the extent that its economic, social, institutional, and demographic structure permits (Garg, Goyal & Pal, 2017, p. 233). In this sense, tax capacity is the highest tax revenue level a country can reach under present conditions; in other words, it is also called the potential tax revenue level (Pessino & Fenochietto, 2010, p. 65). Calculating tax effort determines how much of the real tax income level can utilize the potential tax capacity (Kawadia & Suryawanshi, 2023, p. 2). Tax effort and potential tax capacity level are essential indicators that provide information about fiscal policy sustainability and public revenues' adequacy (Cyan, Martinez-Vazquez, & Vulovic, 2013, p. 4). Estimating the potential tax capacity and measuring the tax effort can also provide practical information about fiscal space that a country can use to achieve its macroeconomic targets. In summary, determining countries' tax efforts provides insight into which countries can boost their tax revenues and which cannot.

The literature uses three empirical methods to determine the potential tax capacity and tax effort level. The first is the representative tax system approach, useful for federal government models. The literature lists several studies based on the representative tax system method, including Bahl (1972), Martinez-Vazquez and Boex (1997), Purohit (2006), Yilmaz, Hoo, Nagowski, Rueben and Tannenwald (2006), Mikesell (2007), and Liesegang and Runkel (2018). Nevertheless, the representative tax system to produce accurate and consistent outcomes demands a precise measurement of tax base and effective tax rates. Moreover, the representative tax system has lost dominance among alternative empirical techniques because it only fits the federal government.

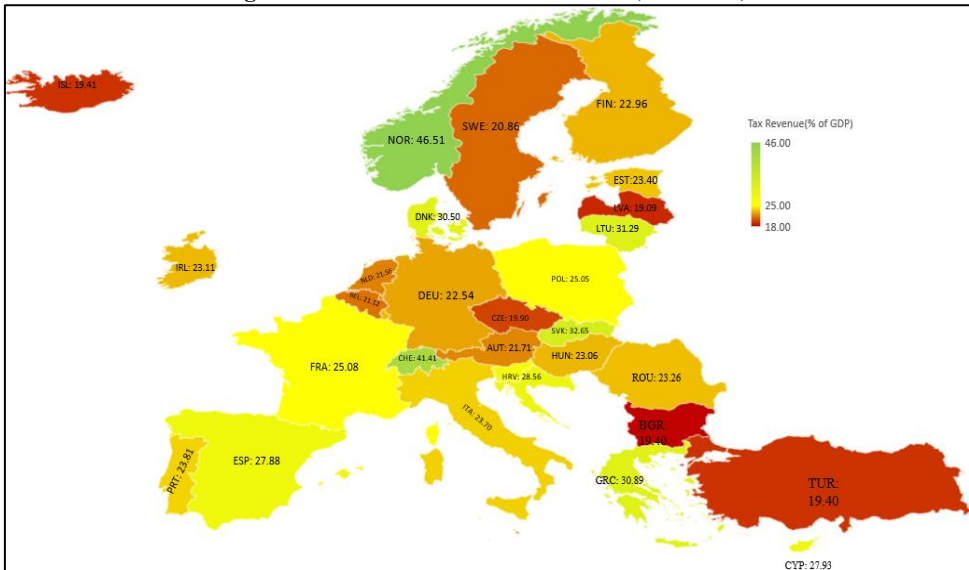
Another empirical approach is the stochastic frontier analysis. To determine the highest-level tax effort can reach under contemporary conditions, researchers prefer using the stochastic frontier function, which functions such as a production possibilities curve. The stochastic frontier analysis is an increasingly preferred technique in the literature as it can produce more detailed information

about the potential tax capacity and tax effort, as well as the efficiency of the tax system compared with other methods (Alfirman, 2003; Cyan et al., 2013; Fenochietto & Pessino, 2013; Vallés Giménez & Zárata Marco, 2017; Kawadia & Suryawanshi, 2023).

In contrast, the regression-based approach is the most preferred empirical method in the literature. The regression-based estimation produces information about the change in tax effort and differences between units and periods, not directly comparing the tax system’s efficiency with the stochastic frontier analysis. Researchers intensely prefer the regression-based estimation because it is easy to apply, allows examining large samples, and persists in development (Piancastelli, 2001; Mertens, 2003; Davoodi & Grigorian, 2007; Gupta, 2007; Bird, Martinez-Vazquez & Torgler, 2008; Huang, Lo & She, 2012; Le, Moreno-Dodson & Bayraktar, 2012; Mahdavi & Westerlund, 2018; Ricciuti et al., 2019).

This research aims to estimate the potential tax capacities and tax effort levels of Türkiye and the economies that are members of the European Union and located in the European Union Economic Area. Thus, at this stage, it would be beneficial to investigate some primary indicators of countries’ tax systems included in the sample. Figure 1 presents the sample’s 27-year (% of GDP) average value of total tax revenues. The cartogram graphic in Figure 1 shows that tax revenues are above 20% in most of the sample.

Figure 1: Total Tax Revenues 1995-2021 (% of GDP)



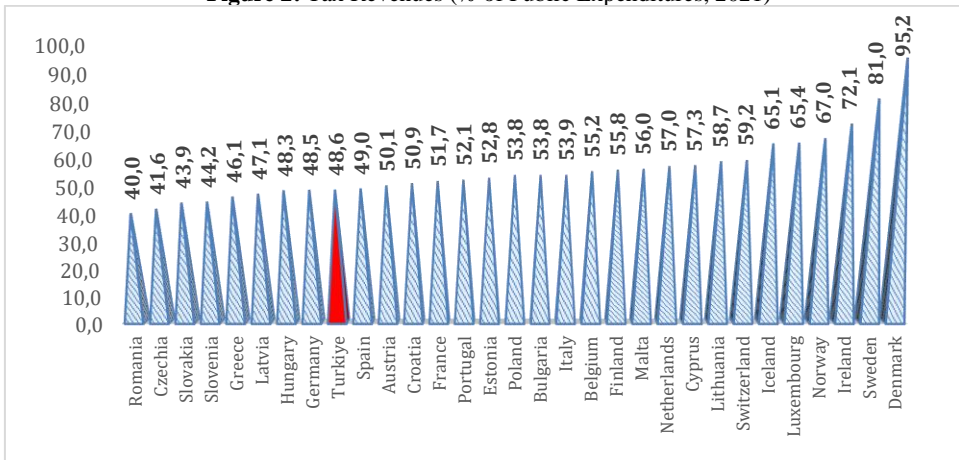
Source: Designed by the authors using Eurostat (2023) and OECD (2023).

In contrast, Northern European countries’ tax revenues exceed 30%. A small part of the sample is above the average level. Together, most of the sample is slightly different from average tax revenue. Figure 1 also shows that tax revenues can considerably differ even if countries have similar and harmonized tax systems in nearby geographical areas. Hence, there is no direct evidence for a linear

relationship between economic development, per capita income, and tax revenues. This case supports the idea that demographic, economic, social, and institutional factors are as significant as the tax system regarding tax revenues.

Examining the fiscal purpose of taxation highlights the importance of the share of tax revenues in financing public expenditures. Figure 2 is a column chart showing the percentage of tax revenues used to cover total public expenditures 2021. The chart also highlights that tax revenues in EU transition economies are weak in financing public expenditure in 2021. Therefore, a horizontal differentiation in the ability of tax revenues to cover public expenditures is possible to mention in economies with similar levels of economic development.

Figure 2: Tax Revenues (% of Public Expenditures, 2021)



Source: Designed by the authors using Eurostat (2023) and OECD (2023).

Additionally, the percentage of tax revenues to public expenditures in Northern European countries is above 90%. However, tax revenue and public expenditures reflect public preferences and can show rapid changes according to business cycles. Of course, the actualization of this adjustment in tax revenue is possible if the relevant economy has fiscal space (Nerlich & Reuter, 2015, p. 4). With this dimension, it is crucial to know how much of the potential tax capacity the countries in the sample use. Besides all these, developed countries with natural resources or a foreign trade surplus have the power to finance their public expenditures without the need for high tax revenues.

Especially in the last few years, the main problems that caused fiscal policy to come to the fore again, such as the COVID-19 pandemic and the global inflation wave it caused, the Russia-Ukraine war, and the energy supply crisis, show that the public sector will need more resources to combat these difficulties. For the normalization process in both economic and fiscal policy, we need to take measures against circumstances that affect total economic activity and fiscal balance.

Determining the level of tax effort and potential tax capacity, which we can accept as an indicator of the effectiveness of a tax system, will also provide insight into how countries can improve their real tax revenue levels. We estimated potential tax capacity and effort levels for 27 EU members, 3 EFTA member countries, and

Türkiye using panel data methods and following the regression-based estimation method for 1995-2021. In this respect, our study can contribute to the literature with a dataset that allows the examination of many economic, demographic, financial, and social dimensions to determine potential tax capacity.

The following sections of the study are: The second part provides theoretical explanations of tax capacity and tax effort. In the following section, we summarize and discuss the empirical literature. The fourth part focuses on selecting the variables to include in the model, analyzing the basic properties of the dataset, and introducing the predicted model. In the following section, we report our empirical results. In the last stage, we compare the findings with the empirical literature and current conditions and conclude by providing policy recommendations.

I. THEORETICAL EXPLANATIONS OF TAX CAPACITY AND TAX EFFORTS

Examining the design, implementation, and effectiveness of tax systems is crucial in many respects and falls under the purview of political economy for countries at various levels of development. The design of effective tax systems plays a noteworthy role in economic development (Brafu-Insaidoo & Obeng, 2020, p. 1). Therefore, it is essential to determine tax capacity and effort level, uncover tax effort typologies of countries, and discuss policy proposals consistent with these predictions.

Experts have converged on a common definition of tax capacity after developing identical definitions over time. According to Pessino and Fenochietto (2013), tax capacity is the highest level of tax revenue a country can collect. Le et al. (2012) defined tax capacity as the highest tax revenue level empirically estimated based on a country's social, demographic, and institutional characteristics, especially macroeconomic conditions. Apart from the above definitions, Dalton (1954, p. 118-121) divided tax capacity into two on a theoretical scale and introduced the definitions of relative and absolute tax capacity. Dalton (1954, 119), emphasizing the "unpleasant effect," defines absolute tax capacity as the upper limit of tax revenue without creating a distorting effect on economic decisions.

Dalton (1954, p. 121) suggests that the amount identified as relative tax capacity is the amount remaining after subtracting the total production level from the consumption required to sustain society. Empirical literature examines relative tax capacity as it is impossible to measure absolute tax capacity (Dalamagas, Palaios, & Tantos, 2019). In simple terms, relative tax capacity refers to the level of tax revenue generated by effective tax rates estimated using empirical methods for each taxable activity.

Tax effort is the ratio of actual tax revenues to potential tax capacity (Stotsky & Wolde Mariam, 1997; Rosen & Gayer, 2010; Amoh, 2019). In analyzing a country's tax effort, a tax effort index greater than one [$E > 1$] indicates that the tax revenues exceed the estimated taxable capacity and vice versa. In this

context, we can make an efficiency interpretation by calculating how much of the resources subject to the taxable event the tax system can include at a time.

$$T/Y_{it} = f(X_1 \dots X_n) \quad (1)$$

Identifying the factors determining potential tax capacity forms the basis of tax effort analysis. Equation 1 might present the general structure of theoretical and empirical literature straightforwardly. T represents total tax revenues, and Y represents gross domestic product (or gross national product for some special conditions). In addition, $X_i, i = 1, \dots, n$ represents the independent variables that affect tax capacity.

As introduced under the Khaldun-Laffer curve (Şen et al., 2019), tax revenues have a natural boundary determined by a country's economic, demographic, social, and psychological dynamics. Hence, "tax capacity" can answer questions about how much or how the income will increase in the relevant period. Moreover, tax capacity can also represent an essential part of the fiscal space to obtain from the taxes that the government imposes (Mikesell, 2007, p. 533). However, measuring tax capacity is a complicated process. The tax system is sensitive to many social, political, institutional, demographic, and economic factors. Furthermore, exemptions, derogations, and tax cuts, which are atypical aspects of tax systems, make it challenging to develop a standard measure of tax capacity.

Regarding tax technique, it is possible to obtain tax income from external sources, albeit limited, within the frameworks of the *residency* and *citizenship* principles without causing double taxation. However, within the scope of the race to the bottom, which is a result of the globalization process, countries can willingly give up some of their taxable capacity by lowering or keeping their tax rates low (Bozatlı, 2021, p. 95) to attract international investments (Langford & Ohlenburg, 2016, p. 4). Therefore, we should remember that any approach preferred in the literature, including our study, cannot simultaneously fulfill the entire analytical expectations for tax capacity measurement.

$$E_{it} = \left(\frac{T_{it}}{Y_{it}} \right) / \left(\frac{Tp_{it}}{Y_{it}} \right) \quad (2)$$

The notation E in equation 2 represents tax effort, Tp represents potential tax capacity, and i and t represent unit and time, respectively. By simplifying it, we obtain equation 3:

$$E_{it} = \frac{T_{it}}{Tp_{it}} \quad (3)$$

Empirical literature widely accepts that Equation 3 presents the most direct and uncomplicated form for calculating tax effort.

II. EMPIRICAL LITERATURE REVIEW

Critics point out that estimating tax efforts is difficult because of challenges in calculating potential tax capacity and establishing a universally accepted unit of account for all countries. However, these criticisms have been an essential catalyst for the literature to improve new empirical approaches and determine better

potential variables that will provide more sensitive measurements. The main empirical methods developed in this context are representative tax systems, stochastic frontier analysis, and regression-based estimation approaches.

Researchers consider the regression-based estimation method more operational than other empirical methods for measuring potential tax capacity. For this reason, the regression-based estimation method is much more common. However, the regression-based estimation method is also vulnerable to criticism regarding taking tax systems as typical of all countries and precisely measuring potential tax capacity. Tax cuts, exemptions, and derogations are significant constructs in countries' tax systems and are customarily considered atypical. Researchers empirically ignore these constructs, which often lead to divergence from efficiency. On the other hand, the stochastic frontier analysis method can answer the criticism that tax systems are typical because it allows one to make inferences about efficiency. Building flexible tax systems for higher revenue generation is challenging due to a country's institutional factors, political preferences, and demographic and economic limitations despite strict legal sanctions.

Lotz and Morss (1967) conducted the first empirical study to measure tax effort. Lotz and Morss analyzed 72 low- and high-income countries from 1962 to 1965 using a regression-based estimation method. The study divided the countries in the sample into three subgroups expressing high, medium, and low tax efforts. The study reports that a small portion of the sample (12) displayed a high level of tax effort, and no linear relationship exists between economic development and tax effort. Moreover, Türkiye, examined within the study's scope, is in the group of average tax effort. In the following years, Lotz and Morss (1970), Bahl (1971, 1972), Chelliah et al. (1975), and Truong and Gahsh (1979) conducted numerous studies using the regression-based estimation approach. Tanzi (1992) analyzed the macroeconomic effects of taxes by applying a regression-based estimation method, using data for the 1978-1988 period for 77 developing countries. The author, who attaches noteworthy importance to specifying the determinants of tax capacity, states that a positive relationship exists between per capita income, foreign debt, import level, and tax capacity; however, there is a negative relationship between agricultural value added and tax capacity. Piancastelli (2001) also favored a regression-based estimation method for determining tax efforts from 1985 to 1995 for 75 countries with different income levels. Within the scope of this study, the author defined the tax effort index as $[E > 1.00]$ high, $[1.00 > E > 0.84]$ moderate, and $[E > 0.84]$ as low tax effort level. Based on the empirical results, the tax effort index for 41 countries is greater than 1; however, for 34 countries, it is lower than 1. Several studies in the literature later followed this classification.

Eltony (2002) examined tax efforts using a regression-based estimation method for 16 Arabian Peninsula countries using the 1994-2000 period data. The findings indicate that the mining sector considered an essential determinant of tax capacity, has negative effects. In addition, per capita income level positively affects potential tax capacity. Eltony (2002) found that despite poor tax collection in

natural resource-rich countries, there was a significant increase in tax effort across the sample. Bird et al. (2008), who also considered the impact of institutional factors on tax effort, applied a regression-based estimation method for 105 countries with different levels of economic development in 1990–1999 and 1998–2000. The principal finding reveals a statistically significant positive relationship between the quality of governance and tax effort. In addition, the real tax revenue in developing countries is below the potential tax capacity, so the tax effort is lower in developing countries than in developed countries.

Samimi, Zarroki, and Hadizadeh (2009) examined Iran as an example, which empirical literature has rarely studied. The authors used a regression-based estimation method to analyze data from 1990:1-2007:4 and make predictions about the country's potential tax capacity and tax effort. The findings acquired in this context show that Iran's tax effort is relatively high despite its natural resource income, but the volatility of its tax effort is high. Le et al. (2012) examined potential tax capacity and effort using a regression-based estimation method for the period 1994-2009 for 110 developed and developing countries. The authors divided the sample of countries into four sub-groups based on their tax revenue and tax effort levels. These sub-groups were countries with low tax revenue and tax effort, those with high tax revenue and tax effort, countries with low tax revenue but high tax effort, and those with high tax revenue but low tax effort. Within the scope of classification, the authors accepted the point at which the tax effort index is 1 and the tax income level is 18.31% as the origin on the coordinate plane. According to this classification, Türkiye falls into countries with high tax revenues but low tax efforts.

Comparing the results of regression-based estimation and stochastic frontier analysis, Cyan et al. (2013) conducted a study measuring tax efforts for 94 developed and developing countries from 1970 to 2009. The authors proclaimed that most of the sample's tax effort was low. Nevertheless, in some low-middle and low-income countries, estimation results have shown that the tax effort index is greater than 1. Hence, according to the findings, it is impossible to argue that there is a linear relationship between tax effort and economic development. Additionally, Cyan et al. (2013) observed that improving institutional factors can positively impact tax efforts. The comparative results presented by the authors also reveal that the results of the stochastic frontier analysis, following empirical expectations, calculate the tax effort index lower than the results of the regression-based estimation method. Parfenova, Pugachev, and Podvieszko (2016), who comparatively examined a regression-based estimation method and multi-criteria decision-making methods studied during 2000-2012, estimated the potential tax capacity for Russia at the sub-regional level. The examination found that tax capacity is lower in Russia's leading or high-income regions and higher for low-income regions than in high-income regions. Moreover, Parfenova et al. (2016) report that the results obtained from both methods had high substitution ability, and the difference between the results was negligible.

Focusing on estimating potential tax capacity and effort for a particular tax type rather than total tax revenues, Andoh (2017) analyzed value-added tax effort for Ghana using the 2000-2014 period data with a regression-based estimation approach. Andoh (2017) has recognized periods when value-added tax revenues exceed potential tax capacity and remain below it. Ghana is an example where tax effort is high [$E > 1$], but the tax revenue level is low. Alternatively, Amoh (2019) examined Ghana's value-added tax capacity and effort using a regression-based estimation procedure from 1979 to 2015. According to the empirical results, tax effort index, which was 0.95 before a radical tax reform in Ghana, decreased to 0.64 after tax reform. Finally, Dalamagas et al. (2019) investigated tax capacity for 30 countries with different economic development levels from 1996 to 2015 by dividing it into two sub-periods (1995-2009; 2010-2015) using the balanced budget, regression-based estimation, and stochastic frontier analysis methods. The authors reported no statistically significant linear relationship between economic development and tax effort. Together with this, Dalamagas et al. (2019) mentioned that the preferred methods may produce similar and consistent results. Dalamagas et al. (2019) stated that the optimal level of total taxation should be equal the difference between GDP and private consumption - the relative tax capacity defined by Dalton (1954) - but this is different in most of the samples.

The widespread use of the stochastic frontier analysis approach has made meaningful and original contributions to the literature. Studies conducted with stochastic frontier analysis allow determining the taxable limit, such as a production possibilities limit and shed light on tax collection levels realized below the limit. Consequently, the tax effort index obtained with the stochastic frontier analysis is [$1 \geq E$] because the tax effort index [$E = 1$] means that the potential tax capacity completely used.

Using stochastic frontier analysis, Pessino and Fenochietto (2010) scrutinized tax effort levels for 96 countries from different economic development levels from 1991 to 2016. Tax revenues are below the potential tax capacity in countries with relatively high per capita incomes, such as Hong Kong, Singapore, and South Korea. On the other hand, countries with relatively low per capita income, such as Ghana, Kenya, and Gambia, collect taxes very close to their potential tax capacity. Therefore, Pessino and Fenochietto (2010) declared that tax effort is higher for low-income countries. In addition, countries included in the sample can use their potential tax capacities more effectively by improving the low quality of governance and reducing corruption problems that cause ineffectiveness in the tax system.

Brun and Diakite (2016) studied the non-natural resource tax revenue potential for 114 countries from 1980 to 2014 and the value-added tax potential for 57 countries from 1995 to 2014 with the stochastic frontier analysis. The authors have reported a sharp decline in general tax efforts in low-income countries at the end of the examination period. Additionally, they argue that there is an increasing trend in tax efforts observed in high- and middle-income countries. However, tax effort for low-middle-income countries fluctuates around the trend value;

nevertheless, there is no evident tendency. In contrast, Garg et al. (2017) adopted the stochastic frontier analysis technique to determine potential tax capacity and effort in 1991–2011 for 14 sub-regions of India. Empirical findings show that the average tax effort for the sample is 0.80. Furthermore, when there is an increase in political competition, such as the decentralization of political power between the central and local governments, it tends to affect tax efforts positively. Another distinctive aspect of the study is that the tax effort has exceptionally high volatility, between 0.38 and 0.94, over approximately ten years.

For 15 regions of Spain, Zárate-Marco and Vallés-Giménez (2019) investigated tax capacity and tax effort for the 2002–2012 period using the stochastic frontier analysis approach. According to the findings, the average tax effort level was 0.88. Correspondingly, the lowest and highest tax effort performance states were Extremadura and Catalonia, 0.73 and 0.95, respectively. Therefore, different from the empirical literature findings, tax effort in Spain has a linear relationship with the level of economic development. Also, Brafu-Insaidoo and Obeng (2020) used the stochastic frontier analysis method during 1985–2014 to measure the potential tax capacity, the causes of tax system inefficiency, and the level of tax effort for Ghana. Based on the research findings, Ghana's tax collection was not meeting its full potential. This result also supports the findings of previous studies (Andoh, 2017; Amoh, 2019) that used a regression-based estimation method. Finally, among the findings, an improvement in institutional quality indicators included in the analysis positively influences tax efforts in Ghana.

Chigome and Robinson (2021) preferred a stochastic frontier analysis approach for 2002–2016, in which they investigated potential tax capacity and effort in 13 African countries. The researchers examined tax efforts under two headings - permanent and temporary - where long-term estimator coefficients derive permanent tax effort, and short-term estimator coefficients indicate temporary tax effort. Findings point to a low level of permanent tax effort among Southern African Development Organization (ECOWAS) member countries compared with temporary tax effort. Using a stochastic frontier analysis method, Kawadia and Suryawanshi (2023) investigated the level of tax effort by examining data from 2001 to 2017 in 17 Indian regions. According to the empirical findings, the lowest level of tax effort was 0.77, the highest was 0.99, and average level was 0.89. In addition, an increase in independent variables such as per capita income, agricultural value added, labor, infrastructure development, and credit expansion positively manipulates potential tax capacity. The study has determined that agricultural value-added positively impacts the potential tax capacity, which is consistent with the agriculture-driven economic growth hypothesis and valid for India's low-income regions.

Some studies in the empirical literature also offer specific examinations of Türkiye's potential tax capacity level and tax effort. Atsan (2017) utilized a regression-based method to estimate Türkiye's potential tax capacity and effort from 1984 to 2012. During a significant part of the examined period for Türkiye, the author claimed that tax collection fell below its potential capacity.

Consequently, the average value of the tax effort was 0.90. In addition, Kızıltan (2018) preferred a spatial panel data approach to determine the local tax effort using the 2007–2014 data with a three-level classification covering 81 provinces in Türkiye. This research is the first in the literature to examine Türkiye at the regional level using spatial panel data analysis. The author reported the total tax effort for the central government as 0.93.

Many examinations in the empirical literature indicate that economic development positively impacts potential tax capacity. However, asserting that tax efforts observe the same effect is impossible. Many examples illustrate that developed regions still need to improve their tax capacity, which reflects public preferences for a lower tax burden. The regions/economies in question have higher non-tax revenue generation opportunities than relatively low-income regions/economies. On the other hand, “when it rains-it pours,” low-income regions may occasionally tax beyond their potential tax capacity because of difficulties in meeting their financing needs with external sources, institutional factors, and inefficiencies in tax system design. Finally, there is no consensus in the empirical literature aimed at calculating the potential tax capacity.

III. BUILDING THE MODEL AND PRESENTING THE DATASET

A. Model and Variable Selection

It is a common choice to use the GDP ratio of total tax revenues as a dependent variable in empirical studies (Piancastelli, 2001; Bird et al., 2008; Pessino & Fenochietto, 2010; Le et al., 2012; Dalamagas et al., 2019; Chigome & Robinson, 2021; Kawadia & Suryawanshi, 2023). In contrast, the independent variables preferred in models exhibit a broad spectrum. The per capita GDP variable is at the beginning of the intersection cluster regarding the independent variables preferred for developing and developed countries. All other things being constant (*ceteris paribus*), increasing per capita income will also increase the taxable base.

Agricultural value-added is a widely preferred model despite the economic, administrative, and political obstacles associated with its taxation. Hence, agricultural value added is an essential variable representing one of the difficult-to-tax sectors. Dalamagas et al. (2019, p. 21) indicate that tax systems extensively apply exemptions, derogations, and subsidies in the agricultural sector. With this formation, the possibility of a negative impact of agricultural added value on potential tax capacity is solid (Davoodi & Grigorian, 2007). Another factor expected to affect tax revenues is population. The empirical literature suggests that researchers can prefer different demographic indicators, such as population growth rate, elderly population dependency ratio, and employment participation rate, to represent the demographic factors. Because this study examines countries with high, middle-upper, and middle-low-income levels, we consider that the population growth rate can better characterize the demographic structure. Amoh (2019) and Garg et al. (2017) expect that the population growth rate will expand the tax base, positively affecting tax revenues, especially for developed countries.

A closed economy hypothesis is unrealistic for up-to-date analysis. For this reason, as another essential determinant of tax revenues, the degree of trade openness, which is the GDP share of a total of imports and exports, is substantially used to represent relations with international markets (Bahl, 1972; Bird et al., 2008; Pessino & Fenochietto, 2010; Chigome & Robinson, 2021). An increase in trade openness may cause a decline in taxes on imports and exports. However, it also increases tax revenues by positively stimulating economic growth (Le et al., 2012, p. 9). With this dimension, the effect on tax capacity is ambiguous, depending on which effect will dominate the degree of trade openness. In addition, the level of development of financial markets and foreign direct investments are among other determinants of tax revenues. The development of financial markets can have a positive impact on tax revenues. Furthermore, FDIs can actively boost total tax revenues, as suggested by Pratomo (2020). Eventually, the shadow economy's size, an inevitable reality for every country's economy, is another expected determinant to have a negative impact on total tax revenues.

$$Tax_{it} = \beta_0 + \beta_1 GDP_{PERGR_{it}} + \beta_2 AVA_{it} + \beta_3 OPEN_{it} + \beta_4 POPGR + \beta_5 FD_{it} + \beta_6 FDI_{it} + \beta_7 Shadow_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

Equation 4 presents the empirical model encompassing all the variables in our research. Equation 4 will be estimated using panel data analysis techniques between 1995 and 2021 for 27 EU member countries, 3 EEA countries, and Türkiye. In addition to the many advantages that panel data models offer, they also have some sensitivities. Therefore, the presented model may partially replace the results of a study that examined a single country in the context of a specific tax type, aiming to measure potential tax capacity and tax effort. The methodology followed, and the preferred covariates have some sensitivities in measuring the tax capacity of countries in the sample (Le et al., 2008). The first is the systematic errors in measuring independent variables and the limitations of the regression-based estimation approach. However, despite these limitations, the findings obtained will be an essential source of foresight in measuring and increasing the income potential of tax systems (Le et al., 2012). It is important to consider that a regression-based estimation method can produce consistent results compared with other approaches used in the literature (Cyan et al., 2013; Parfenova et al., 2016; Dalamagas et al., 2019).

B. Data Set

We gathered all variables required for the estimation within the research from the Eurostat (2023), OECD (2023), WDI (2023), and IMF (2023) databases, excluding the size of the shadow economy, which obtained from Medina and Schneider (2018) and Schneider (2022). We included all data except the financial development index in the model as a percentage of GDP and a percentage of annual changes. Table 1 provides definitions of variables, explanations, measurement units, and data sources within the scope of equation 4.

Table 1: Explanations of Variables

Variables	Description	Unit	Sources
TAX	Tax Revenue	% of GDP	EUROSTAT; OECD
GDPPER	GDP per capita growth	annual %	WDI
AVA	Agriculture, forestry, and fishing, value added	% of GDP	WDI
OPEN	Import + Export	% of GDP	WDI
POPGR	Population growth	annual %	WDI
FDI	Foreign Direct Investment (inflow)	% of GDP	WDI
FINDEV	Financial Development Index	Index	IMF
SHADOW	Size of Shadow Economy	% of GDP	Medina and Schneider (2018); Schneider (2022)

Table 2 presents the descriptive statistics of the variables used in the model. According to the descriptive statistics, the sample's average tax revenues to GDP ratio was approximately 25% in 1995–2021. The average annual increase in per capita income is 2.3%, and the annual population growth rate is 0.3% on average. The share of the degree of trade openness is also high throughout the sample, which aligns with expectations.

Table 2: Descriptive Statistics

Variables	Num.Obs.	Average	Std. Dv.	Min.	Max.
TAX	837	25.320	5.472	13.50	49.70
GDPPER	837	2.387	3.832	-14.46	23.20
AVA	837	3.044	2.553	0.20	20.48
OPEN	837	109.956	59.462	37.10	388.12
POPGR	837	0.316	0.842	-3.85	3.93
FDI	837	9.306	33.310	-117.42	449.08
FINDEV	837	0.577	0.494	0.00	1.00
SHADOW	835	20.234	7.889	5.50	43.70

The financial development variable offered by the IMF is an index that takes values between 0 and 1, indicating that financial development increases as it converges to 1. The average value of the financial development index is 0.57. In addition, for the variables mentioned earlier, it is worth noting that the average value of foreign direct investments as a percentage of GDP is 9.5%. We determined the standard deviation to be 33.3. Finally, the average value of the size of the shadow economy (% of GDP) was 20% in 1995–2021.

IV. EMPIRICAL APPLICATION

To examine the relationship between the data using panel data analysis approaches, one can use the pooled least squares estimator, also known as the classical model, fixed effects, or random effects estimator techniques. These models can produce consistent results without cross-section dependence, heteroscedasticity, or autocorrelation problems. If any of these assumptions are unmet, it becomes necessary to derive robust standard errors to eliminate these deviations.

First, we need to decide which technique is the best fit for estimating the model presented in Equation 4. In this context, we performed Breusch and Pagan (1980) test. Breusch and Pagan (1980) suggest that if the variance of the unit effects is zero within the scope of the panel data model, one should use the pooled least squares method. Otherwise, one should not apply the pooled least squares method.

Based on the result obtained, we rejected the H_0 hypothesis that the variance of unit effects in the model is equal to zero [$\text{prob} > \chi^2 = 1.00$]. Accordingly, one of the remaining fixed or random effect estimators should be applied. In this context, we conducted Hausman's (1978) test to determine which model best fits. The H_0 hypothesis of the Hausman (1978) test indicates that the explanatory variables in the unit effect model are uncorrelated.

The result obtained from Hausman's (1978) test [$\text{prob} > \chi^2 = 0.007$] showed that the random effect estimators would not be fit as they could possibly generate unbiased and consistent results. Therefore, we conclude that the panel fixed effect estimator is appropriate for estimation.

Table 3: Panel Fixed Effect Estimator

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
GDPPER	0.029* (1.67)	0.320** (1.83)	0.346* (2.00)	0.040** (2.32)
AVA	-0.077* (-1.69)	-0.069 (-1.53)	-0.389 (-0.85)	-0.014 (0.32)
OPEN	-0.005 (-1.62)	-0.004 (-1.43)	-0.005* (-1.67)	-0.010*** (-2.92)
POPGR	0.182 (0.143)	0.196 (1.42)	0.149 (1.09)	0.091 (0.508)
FDI		0.006*** (3.20)	0.005*** (2.79)	0.005*** (2.62)
FINDEV			0.952*** (3.81)	0.902*** (3.62)
SHADOW				-0.066*** (-3.56)
CONS	26.027*** (59.36)	25.845** (58.80)	25.30*** (55.15)	27.167*** (39.25)
Groups	31	31	31	31
Obs.	837	837	837	835
R-sq	0.24	0.25	0.30	0.39
Rho	0.924	0.924	0.921	0.919
BP				[1.000]
Baltagi Wu				[1.529]

Note: ***, **, and * expressions represent statistical significance at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively.

Table 3 presents the results of the empirical estimations. First, in Table 3, the coefficient signs of the preferred variables for all models display a stable structure. The effect of per capita income on tax revenues was positive and statistically significant [at a 10% level]. However, the coefficient related to agricultural value added has a statistically significant negative effect only in the first model. On the other hand, the effect of trade openness on tax revenues is negative for all models but is only statistically significant in models 3 and 4. In addition, the effect of FDIs on tax revenues is statistically significant and positive, following empirical expectations. Furthermore, the level of financial development has a substantial and statistically significant positive effect on tax revenues. Finally, the coefficient regarding the effect of the shadow economy on tax revenues is negative and statistically significant.

We performed diagnostic tests for Model 4 and estimated the modified Wald test with the H_0 hypothesis, where we assumed that each unit of variance equals the panel mean. The probability value [$\text{prob} > \chi^2 = 1.00$] of the estimated

Wald statistics showed no heteroscedasticity in the model, and we obtained consistent results using the fixed-effects model. Additionally, we used the LBI autocorrelation test, and according to the test statistic [1.5267] obtained by Baltagi and Wu (1999), we concluded that there is no first-order autocorrelation problem in the model. We also tested for cross-section dependence using Pesaran (2004) CD test. The test results showed that we could not reject the H_0 hypothesis expressing cross-section independence, indicating the problem of cross-section dependence in the model. Considering that globalization movements are an essential element that increases the interaction between units and leads to cross-section dependence (Aydın & Bozatlı, 2022, p. 54185), we re-estimated the fixed effect estimator for all models using the robust standard error estimator to ensure consistency of the parameters.

Table 4: Panel Fixed Effect Robust Standard Error Estimator

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
GDPPER	0.029 (1.22)	0.320** (1.83)	0.346** (2.04)	0.400** (2.51)
AVA	-0.776 (-0.55)	-0.069 (-0.51)	-0.389 (1.50)	-0.014 (-0.12)
OPEN	-0.005 (-0.45)	-0.004 (-0.39)	-0.005* (-1.67)	-0.014*** (-2.72)
POPGR	0.143 (0.670)	0.196 (0.58)	0.149 (0.46)	0.091 (0.29)
FDI		0.006*** (2.72)	0.005** (2.76)	0.005*** (2.74)
FINDEV			0.952** (2.76)	0.902*** (2.62)
SHADOW				-0.066** (-1.89)
Cons	26.027*** (17.83)	25.846*** (17.35)	25.301*** (17.29)	27.167*** (14.03)
Groups	31	31	31	31
Obs.	837	837	837	835
R-sq	0.14	0.25	0.30	0.32
Rho	0.924	0.924	0.921	0.918

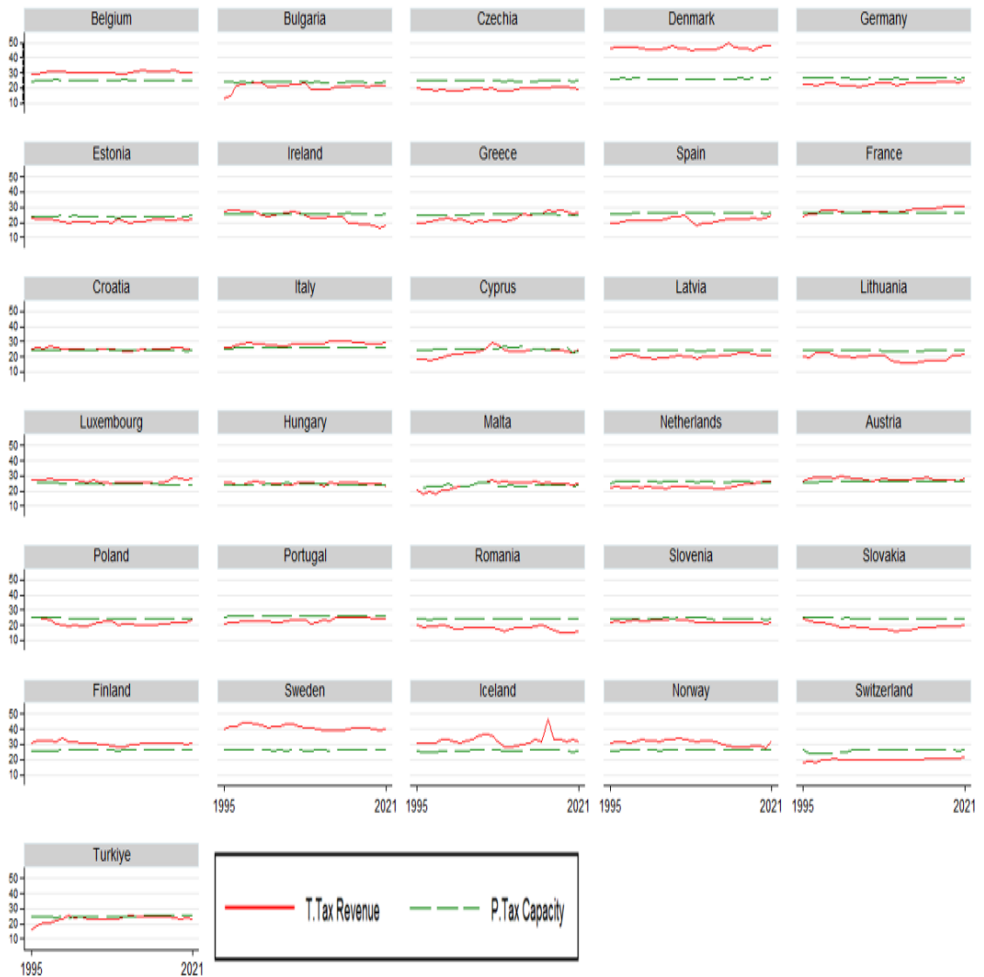
Note: ***, **, and * expressions represent statistical significance at 1%, 5%, and 10% significance levels, respectively.

We present the results in Table 4, which show that an increase in per capita income has a positive and statistically significant effect on tax revenues. Both theoretical and empirical expectations (Tanzi, 1992; Stotsky & Woldemariam, 1997; Eltony, 2002; Gupta, 2007; Ndiaye & Korsu, 2014; Garg et al., 2017; Dalamagas et al., 2019; Brafu-Insaidoo et al., 2020; Kawadi & Suryawanshi, 2023) support the compatibility of increases in per capita income and tax revenues. We found that agricultural value added has a negative effect on tax revenues, which also agrees with expectations (Le et al., 2008; Pessino & Fenochietto, 2010; Le et al., 2012) but is statistically insignificant. We observed that increased trade openness negatively affects tax revenues (Piancastelli, 2001; Piancastelli & Thirlwall, 2021). This situation is consistent with the low customs tariff rates that countries keep as a requirement for membership in the EEA Customs Union and the World Trade Organization. Additionally, we can evaluate this phenomenon due to shifting production factors and centers to areas with lower taxes due to increased

external openness (Gupta, 2007; Bird et al., 2014). Moreover, we found that the level of financial development positively affects tax revenues with statistical significance. Finally, we observed a statistically significant negative relationship between shadow economy size and tax revenues.

Figure 3 displays the relationship between potential tax capacity and tax revenues based on regression estimates as a time path graph. In Figure 3, which represents the relationship for each country from 1995 to 2021, the red line represents the total tax revenue level (% of GDP); the green dashed line represents the estimated potential tax capacity (% of GDP).

Figure 3: The Relationship Between Tax Capacity and Tax Revenues



We can calculate the tax effort index based on real tax revenue and potential tax capacity. If the real tax revenue in terms of tax effort is higher than the potential tax capacity, the calculated tax effort index will be greater than 1. Conversely, if the real tax revenue is lower than the potential tax capacity, the calculated tax effort index will be less than 1. We present the calculated tax effort

indexes of the countries in Table 5. We can calculate the tax effort index for each year separately using a regression-based estimation method. However, it is useless to report all of them and is not rational either. Although the tax effort index for a single year can be misleading in terms of generalization, the long-term average values can also represent the permanent tax effort index (Chigome & Robinson, 2021). Thus, Table 5 reports the averages for three periods of tax effort. These are 1995-2008, respectively; periods are 2009-2021 and 1995-2021, which covers the entire sample. According to the results obtained in Table 5, tax effort in the sample is higher in the 2009-2021 period compared to the 1995-2008 period. On the other hand, the top 5 Northern European countries with the highest tax effort performance in all three periods are Denmark, Sweden, Iceland, Norway, and Finland, also known as social welfare states.

In these countries, the level of per capita income and level of development of financial markets are high; the size of the shadow economy is relatively low compared to other countries in the sample, and it plays a vital role in the high tax effort. In addition, these countries can finance more than 85% of their total public expenditures with tax revenues, as shown in Figure 2. Piancastelli (2001) classified a tax effort index below 0.84 as low tax capacity.

Table 5: Tax Effort Index

Countries	Tax Effort Index		
	1995-2008	2009-2021	1995-2021
1 Denmark	1,768	1,773	1,771
2 Sweden	1,613	1,520	1,612
3 Iceland	1,264	1,247	1,312
4 Norway	1,232	1,132	1,230
5 Finland	1,202	1,144	1,205
6 Belgium	1,194	1,208	1,201
7 Italy	1,079	1,121	1,099
8 Luxembourg	1,073	1,085	1,079
9 Austria	1,066	1,041	1,054
10 Spain	0,832	0,827	1,045
11 France	1,006	1,086	1,045
12 Croatia	1,040	1,020	1,030
13 Hungary	1,023	1,030	1,027
14 Malta	0,937	1,067	1,000
15 Türkiye	0,901	0,955	0,957
16 Slovenia	0,936	0,902	0,944
17 Poland	0,884	0,853	0,940
18 Portugal	0,871	0,929	0,935
19 Ireland	1,023	0,812	0,921
20 Cyprus	0,874	0,959	0,915
21 Netherlands	0,865	0,906	0,885
22 Estonia	0,872	0,890	0,880
23 Bulgaria	0,881	0,864	0,873
24 Germany	0,846	0,887	0,866
25 Latvia	0,816	0,862	0,838
26 Greece	0,833	0,999	0,829
27 Switzerland	0,767	0,766	0,812
28 Slovakia	0,801	0,745	0,807
29 Lithuania	0,861	0,745	0,805
30 Czechia	0,758	0,801	0,779
31 Romania	0,770	0,707	0,775

Within this framework, the level of tax effort is low for Latvia, Greece, Switzerland, Slovakia, Lithuania, Czechia, and Romania. The average tax effort value of 1.015, with a standard deviation of 0.09, distributes the remainder of the sample around it. According to the classification, a significant sample has a moderate tax effort level performance. Türkiye is in the 15th rank regarding tax effort within the scope of the 1995-2021 period, which considers the overall sample, but still has a tax collection below its potential tax capacity. Previous empirical estimates (Atsan, 2017; Kızıltan, 2018) found the tax effort index for Türkiye to be over 0.90, which is consistent with our results.

It is helpful to infer by comparing the tax effort index obtained at the last stage with the total tax revenues (% of GDP) compiled from Eurostat (2023) and OECD (2023) databases. Within this framework, we created a distribution table, similar to a coordinate system, placing the tax effort index on the horizontal axis and the GDP ratio of tax revenues on the vertical axis. The average tax effort index value for 1995-2021 is 1.015 throughout the sample.

Table 6: Grouping by Tax Effort and Tax Collection Levels

	Low Tax Effort [E<1.015]		High Tax Effort [E>1.015]	
Low Tax Collection [T/Y<25.318]	IV. Area		I. Area	
	Bulgaria	Latvia	Austria	Italy
	Czechia	Malta	Belgium	Luxembourg
	Estonia	Netherlands	Finland	Sweden
	Germany	Poland	Iceland	
High Tax Collection [T/Y>25.318]	Hungary	Romania		
	Ireland	Türkiye		
	III. Area		II. Area	
	Cyprus	Slovakia	Croatia	Norway
	Greece	Slovenia	Denmark	Spain
	Lithuania	Switzerland	France	

Countries with a higher tax effort index than the average tax effort index in Table 6 [E>1,015] I. and II. in the numbered regions, Countries with a lower tax effort index than the average tax effort index [1,015> E] located in areas no. III. and IV. On the other hand, the sample-wide average tax collection level is 25,318. Countries with higher tax income than the average tax income [T/Y>25,318] II. and III. countries with lower tax income than the average tax income level while located in the regions numbered [25,318> T/Y] located in areas no I. and IV.

Consider that we perform grouping according to the mean values of the sample. Therefore, a country with a high tax effort does not necessarily have high direct tax revenues. A country with a relatively low potential tax capacity may have a high tax effort index but a low tax income level. Similarly, a low tax effort index does not necessarily mean inadequate tax revenue because, for an economy with high potential tax capacity, the tax effort index may be low. However, the tax income level may still be very satisfactory.

CONCLUSION AND DISCUSSION

For a country, taxes are indispensable in terms of both their historical basis and the financing source they provide. In addition, taxes are one of the main tools comprising the income dimension of fiscal policy, which is an essential component

of economic policy. Although tax revenues vary according to the countries that finance public expenditures, they can provide resources between 50% and 90%. In this respect, knowing the potential capacities and the actual structure of tax revenues is necessary. For this reason, academic literature has been conducting studies on determining potential tax capacity for a long time. Simply defined, the maximum amount of tax available if a country's social, political, demographic, institutional, and economic factors allow is the potential tax capacity (Cyan et al., 2013; Garg et al., 2017; Chigome & Robinson, 2021; Kawadia & Suryawanshi, 2023). Pessino and Fenscietto (2010) defined tax effort as the usage level of this potential tax capacity. However, taxation reflects public preferences to a great extent and the intention of tax authorities to collect tax. With this dimension, tax effort for a country can be low because of its technical inefficiencies or governance failures.

The literature has developed many empirical techniques to identify potential tax capacity and effort. The most widely used methods are representative tax system, stochastic frontier analysis, and regression-based estimation. However, other studies have used spatial panel data estimation models (Kızıltan, 2018), balanced budget models (Cyan et al., 2013), and utility maximization methods (Dalamagas et al., 2019). Lotz and Morss (1967) first performed a regression-based estimation, which has remained the focus of serious attention to date (see others: Lotz & Morss, 1970; Bahl, 1971, 1972; Chelliah et al., 1975; Truong & Gahsh, 1979; Tanzi, 1992; Piancastelli, 2001; Eltony, 2002; Bird et al., 2008; Le et al., 2008; Samimi et al., 2009; Le et al., 2012; Andoh, 2017; Amoh, 2019).

Given the risks posed by the COVID-19 pandemic, the global inflation wave it caused, the Russian-Ukrainian war, and the energy supply crisis, fiscal policies with Keynesian characteristics have become more relevant again. This has led to an important research question of how much financing countries can generate using their tax revenues. Within this framework, our research examined the potential tax capacity and effort level using a regression-based estimation method for 27 European Union and 3 European Economic Area member countries and Türkiye using data from 1995 to 2021. The obtained findings overlap with the results previously revealed in the empirical literature and meet the expectations. Within the results obtained, we divided the countries into four groups using a method similar to the grouping performed by Lee et al. (2012). We classify countries with a taxable income lower (higher) than the average tax income level of 25.3% as having low (high) tax collection. In addition, we defined countries with a sample average tax effort level below (above) 1.015 as countries with low (high) tax effort. According to this classification, a significant part of the sample has low tax effort and income levels compared with average values. On the other hand, countries with high tax collection and high tax effort appear to have the lowest membership. We also observed that the tax effort index values in the 1995-2008 period were higher across the sample than those in the 2009-2021 period. This situation supports the view that the tax effort has decreased gradually over the last few years.

As mentioned earlier, discussing the taxable capacities of countries and tax system's performance has many theoretical and empirical challenges. One of the empirical limitations is the problem of identifying common determinants of tax capacity for many countries (Piancastelli, 2001; Bird et al., 2008; Pessino & Fenochietto, 2010; Le et al., 2012; Dalamagas et al., 2019; Chigome & Robinson, 2021; Kawadia et al. Suryawanshi, 2023). Furthermore, there are some systematic errors in measuring these determinants and limitations of a regression-based estimation method. Finally, as a theoretical problem, tax cuts, exemptions, and derogations, which are atypical elements of tax systems, constitute another limitation in the measurement of taxable capacity.

However, despite such sensitivity, measuring a country's potential tax capacity level and determining the level of tax effort provide essential information regarding countries' fiscal space or opportunities to create additional financing resources. It can also provide policymakers with a picture of the current state of the tax system, providing insight into what tools they should use to improve potential tax capacity or what policies they should implement to increase tax efforts. From the public economics perspective, this analysis reveals how tax systems differ in effectiveness and efficiency.

Regarding this particular issue, it is necessary to maintain and increase the per capita income level to increase the potential tax capacity. Moreover, improving the total tax capacity by encouraging FDI inflow to internalize the negative effect of trade openness seems possible. In addition, to increase the development of financial markets, which is a powerful determinant, deregulation processes in financial markets and strengthening the transaction volume and governance skills of financial institutions are essential for increasing tax capacity and tax effort.

Implementing measures to reduce the informal economy, which we can define as the main problem of the tax system and the operation of audit and penalty mechanisms, will directly affect tax revenues. Policies aimed at reducing the size of the informal economy will positively impact potential tax capacity and, therefore, tax efforts. To analyze critical institutional factors in the tax system, such as institutional quality, governance skills, degree of political fragmentation, and democracy, researchers can draw on the critical findings on tax efforts presented in this study. Lastly, we consider that researchers can add exciting results to the literature in future studies using spatial panel data analysis techniques that provide more detailed information about tax system by providing micro-scale perspective.

Statement of Research and Publication Ethics

In all article processes, the principles of research and publication ethics of the Journal of Management and Economics were acted upon.

Authors' Contribution Rates

The authors contributed equally to the study.

Statement of Interest

The author has no conflict of interest with any person or organization.

REFERENCES

- Alfirman, L. (2003). *Estimating stochastic frontier tax potential: can Indonesian local governments increase tax revenues under decentralization?* (Working Paper 03-19). Retrieved from University of Colorado, Center for Economic Analysis Department of Economics website: <https://www.colorado.edu/economics/sites/default/files/attached-files/wp03-19.pdf>
- Amoh, J. K. (2019). An estimation of the taxable capacity, tax effort and tax burden of an emerging economy: evidence from Ghana. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 12-21. <https://doi.org/10.32479/ijefi.7549>
- Andoh, F. K. (2017). Taxable capacity and effort of Ghana's value-added tax. *African Review of Economics and Finance*, 9(2), 255-284. <https://www.ajol.info/index.php/aref/article/view/164555>
- Atsan, E. (2017). The determinants of tax capacity and tax effort in Turkey for the period of 1984-2012. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 214-234. <https://doi.org/10.25287/ohuiibf.339753>
- Aydin, M. and Bozatli, O. (2022). Do transport taxes reduce air pollution in the top 10 countries with the highest transport tax revenues? A country-specific panel data analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(36), 54181-54192. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19651-8>
- Bahl, R. (1972). A representative tax system approach to measuring tax effort in developing countries. *IMF Staff Papers*, 1, 87-124. <https://doi.org/10.2307/3866441>
- Bahl, R. W. (1971). A regression approach to tax effort and tax ratio analysis. *IMF Staff Papers*, 18(3), 570-612. <https://doi.org/10.2307/3866315>
- Baltagi, B. H., and Wu, P. X. (1999). Unequally spaced panel data regressions with ar(1) disturbances. *Econometric Theory*, 15(6), 814-823. <https://doi.org/10.1017/s0266466699156020>
- Bird, R. M., Martinez-Vazquez, J., & Torgler, B. (2008). Tax effort in developing countries and high income countries: the impact of corruption, voice and accountability. *Economic Analysis and Policy*, 38(1), 55-71. [https://doi.org/10.1016/S0313-5926\(08\)50006-3](https://doi.org/10.1016/S0313-5926(08)50006-3)
- Bird, R. M., Martinez-Vazquez, J., & Torgler, B. (2014). Societal institutions and tax effort in developing countries. *Annals of Economics and Finance*, 15(1), 301-351. <http://ftp.aefweb.net/AefArticles/aef150107Bird.pdf>
- Bozatli, O. (2021). Dual income tax system and applicability in Turkey. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(1), 92-104. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.818358>
- Brafu-Insaidoo, W. and Obeng, C. K. (2020). *Estimating Ghana's tax capacity and effort*. (Working Paper, 338). Retrieved from African Economic Research Consortium, Research Department website: <https://aercafrica.org/wp-content/uploads/2020/04/Research-paper-388.pdf>
- Breusch, T. S. and Pagan, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253. <https://doi.org/10.2307/2297111>
- Brun, J.-F. and Diakite, M. (2016). *Tax potential and tax effort: an empirical estimation for non-resource tax revenue and vat's revenue* (Working Paper, 10). Retrieved from CERDI website: <https://shs.hal.science/halshs-01332053/document>
- Chelliah, R. J., Baas, H. J., & Kelly, M. R. (1975). Tax ratios and tax effort in developing countries, 1969-71, *IMF Staff Papers*, 22(1), 187-205. <https://doi.org/10.2307/3866592>
- Chigome, J. and Robinson, Z. (2021). Determinants of tax capacity and tax effort in Southern Africa: an empirical analysis. *Applied Economics*, 53(60), 6927-6943. <https://doi.org/10.1080/00036846.2021.1954593>
- Cyan, M., Martinez-Vazquez, J., & Vulovic, V. (2013). *Measuring tax effort: does the estimation approach matter and should effort be linked to expenditure goals?* (Working Paper, 13-08). Retrieved from Georgia State University, International Center for Public Policy website: <https://scholarworks.gsu.edu/icepp/39>
- Dalamagas, B., Palaios, P., & Tantos, S. (2019). A new approach to measuring tax effort. *Economies*, 7(3), 77. <https://doi.org/10.3390/economies7030077>
- Dalton, H. (1954). *Principles of public finance* (23. bs). London: Routledge & Kegan Paul LTD.
- Davoodi, H. R. and Grigorian, D. A. (2007). *Tax potential vs. tax effort: a cross-country analysis of*

- Armenia's stubbornly low tax collection (Working Paper, 07/106). Retrieved from International Monetary Fund website: <https://doi.org/10.5089/9781451866704.001.A001>
- Eltony, M. N. (2002). *The determinants of tax effort in Arab countries* (Working Paper, 207). Retrieved from International Monetary Fund, Arab Planning Institute website: <https://www.scpd.gov.kw/archive/2019/workpapers/19.pdf>
- Eurostat. (2023). Tax revenue statistics [Data Base]. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Fenochietto, R. and Pessino, C. (2013). *Understanding countries' tax effort* (Working Paper, 13-224) Retrieved from International Monetary Fund website: <https://doi.org/10.5089/9781484301272.001>
- Garg, S., Goyal, A., & Pal, R. (2017). Why tax effort falls short of tax capacity in Indian States: A stochastic frontier approach. *Public Finance Review*, 45(2), 232-259. <https://doi.org/DOI:10.1177/1091142115623855>
- Gujarati, D. N. and Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5. eds). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Gupta, A.S. (2007). *determinants of tax revenue efforts in developing countries* (Working Paper, 08-184) Retrieved from International Monetary Fund website: <https://doi.org/10.5089/9781451867480.001>
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271. <https://doi.org/10.2307/1913827>
- Huang, J.-T., Lo, K.-T., & She, P.-W. (2012). The impact of fiscal decentralization on tax effort of China's local governments after the tax sharing system. *The Singapore Economic Review*, 57(01), 1250005. <https://doi.org/10.1142/S0217590812500051>
- IMF. (2023). Financial development and financial inclusion [Data Base]. Retrieved from: <https://www.imf.org/en/Data>
- Kawadia, G. and Suryawanshi, A. K. (2023). Tax effort of the Indian States from 2001–2002 to 2016–2017: a stochastic frontier approach. *Millennial Asia*, 14(1), 85-101. <https://doi.org/10.1177/09763996211027053>
- Kızıltan, M. (2018). *Analysis of local tax effort in Turkey with the new economic geography models approach (2007-2014)* (Doctorate Thesis). Retrieved from: <http://www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/handle/11655/5363?show=full>
- Langford, B. and Ohlenburg, T. (2016). *Tax revenue potential and effort an empirical investigation* (Working Paper, S-43202-UGA-1). Retrieved from International Growth Centre website: <https://www.theigc.org/sites/default/files/2016/01/Langford-Ohlenburg-2016-Working-paper.pdf>
- Le, T. M., Moreno-Dodson, B., & Bayraktar, N. (2012). *Tax capacity and tax effort: extended cross-country analysis from 1994 to 2009* (Working Paper, 6252). Retrieved from The World Bank website: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-6252>
- Le, T. M., Moreno-Dodson, B., & Rojchaichanthorn, J. (2008). Expanding taxable capacity and reaching revenue potential: cross-country analysis. *Proceedings. Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association*, 101, 384-397. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4559>
- Liesegang, C. and Runkel, M. (2018). Tax competition and fiscal equalization under corporate income taxation. *International Tax and Public Finance*, 25(2), 311-324. <https://doi.org/10.1007/s10797-017-9451-6>
- Lotz, J. R. and Morss, E. R. (1970). A theory of tax level determinants for developing countries. *Economic Development and Cultural Change*, 18(3), 328-341. <https://doi.org/10.1086/450436>
- Lotz, J. R. and Morss, E. R. (1967). Measuring "tax effort" in developing countries, *IMF Staff Papers*, 14(3), 478-499. <https://doi.org/10.2307/3866266>
- Mahdavi, S. and Westerlund, J. (2018). Subnational government tax revenue capacity and effort convergence: New evidence from sequential unit root tests. *Economic Modelling*, 73, 174-183. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.03.016>
- Martinez-Vazquez, J. and Boex, L. J. (1997). An analysis of alternative measures of fiscal capacity for regions of the Russian federation. (Working Paper, 97-4). Retrieved from Georgia State University, International Studies Program website:

- <http://icepp.gsu.edu/files/2015/03/ispwp9704.pdf>
- Medina, L. and Schneider, F. (2018). *Shadow economies around the world: what did we learn over the last 20 years?* (Working Paper 18/017). Retrieved from International Monetary Fund website: <https://doi.org/10.5089/9781484338636.001>
- Mertens, J. B. (2003). Measuring tax effort in Central and Eastern Europe. *Public Finance and Management*, 3(4), 530-564.
- Mikesell, J. (2007). Changing state fiscal capacity and tax effort in an era of devolving government, 1981–2003. *Publius: The Journal of Federalism*, 37(4), 532-550. <https://doi.org/10.1093/publius/pjm016>
- Morrissey, O., Von Haldenwang, C., Von Schiller, A., Ivanyna, M., & Bordon, I. (2016). Tax revenue performance and vulnerability in developing countries. *The Journal of Development Studies*, 52(12), 1689-1703. <https://doi.org/10.1080/00220388.2016.1153071>
- Ndiaye, M. B. O. and Korsu, R. D. (2014). Tax effort in ECOWAS countries. in D. Seck (Ed.), *Regional Economic Integration in West Africa* (ss. 137-158). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01282-7_6
- Nerlich, C. and Heinrich Reuter, W. (2015). *fiscal rules, fiscal space and procyclical fiscal policy* (Working Paper, 1872). Retrieved from European Central Bank website: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3409786>
- OECD. (2023). Tax revenue. [Data Base]. Retrieved from: <https://doi.org/10.1787/d98b8cf5-en>
- Parfenova, L., Pugachev, A., & Podvievko, A. (2016). Comparative analysis of tax capacity in regions of Russia. *Technological and Economic Development of Economy*, 22(6), 905-925. <https://doi.org/10.3846/20294913.2016.1216019>
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.572504>
- Pessino, C. and Fenochietto, R. (2010). Determining countries' tax effort. *Revista de Economía Pública*, 4(195), 65-87. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=2140805>
- Piancastelli, M. (2001). *Measuring the tax effort of developed and developing countries: cross country panel data analysis - 1985/95* (Working Paper, 818). Retrieved from Institute of Applied Economic Research website: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.283758>
- Piancastelli, M. and Thirlwall, A. P. (2021). The determinants of tax revenue and tax effort in developed and developing countries: theory and new evidence 1996-2015. *Nova Economia*, 30, 871-892. <https://doi.org/10.1590/0103-6351/5788>
- Pratomo, A. W. (2020). The effect of foreign direct investment on tax revenue in developing countries. *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 13(1), 83-95. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v13i1.484>
- Purohit, M. C. (2006). Tax efforts and taxable capacity of central and state governments. *Economic and Political Weekly*, 41(8), 747-755. Retrieved from: <https://www.jstor.org/stable/4417879>
- Ricciuti, R., Savoia, A., & Sen, K. (2019). How do political institutions affect fiscal capacity? Explaining taxation in developing economies. *Journal of Institutional Economics*, 15(2), 351-380. <https://doi.org/10.1017/S1744137418000097>
- Rosen, H. S. and Gayer, T. (2010). *Public finance* (9. bs). Singapore: McGraw-Hill International Edition.
- Sağbaşı, İ. (2001). An econometric analysis of local fiscal response to revenue sharing in Turkey. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 19(1), 85-101. <https://doi.org/10.1068/c9956>
- Samimi, A. J., Zaroki, S., & Hadizade, A. (2009). Tax capacity and tax effort: evidence from Islamic Republic of Iran. *World Applied Sciences Journal*, 16(10), 1413-1422. Retrieved from: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=a5c2a6f2d1ed91a5076f1ef723490c319515c8aa>
- Schneider, H. M. F. (2022). New covid-related results for estimating the shadow economy in the global economy in 2021 and 2022. *International Economics and Economic Policy*, 19(2), 299-313. <https://doi.org/10.1007/s10368-022-00537-6>
- Stotsky, J. G. and WoldeMariam, A. (1997). *Tax effort in Sub-Saharan Africa* (Working Paper,

- 97/107). Retrieved from IMF African Department website:
<https://doi.org/10.5089/9781451852943.001>
- Şen, H., Bulut-Çevik, Z. B., & Kaya, A. (2019). The Khaldun-Laffer curve revisited: a personal income tax-based analysis for Turkey. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, (57), 103-119. <http://dx.doi.org/10.24193/tras.57E.7>
- Tanzi, V. (1992). Structural factors and tax revenue in developing countries: a decade of evidence. in G. I & W. L. A. (Ed.), *Open Economies: Structural Adjustment and Agriculture* (pp. 267-281). Cambridge, Ma: Cambridge University Press.
- Truong, T. V. and Gash, D. N. (1979). Less-developed countries' taxable capacity and economic integration: a cross-sectional analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 61(2), 312-316. <https://doi.org/10.2307/1924603>
- Vallés Giménez, J. and Zárate Marco, A. I. (2017). Tax effort of local governments and its determinants: The Spanish case. *Annals of Economics and Finance*. Retrieved from: <https://zagan.unizar.es/record/76049>
- World Bank. (2023). World development indicators [Data Base]. Retrieved from: <https://databank.worldbank.org/>
- Yilmaz, Y., Hoo, S., Nagowski, M., Rueben, K. S., & Tannenwald, R. (2006). *measuring fiscal disparities across the U.S. states: a representative revenue system/representative expenditure system approach, fiscal year 2002* (Working Paper 06-2). Federal Reserve bank of Boston, New England Public Policy Center. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1957339>
- Zárate-Marco, A. and Vallés-Giménez, J. (2019). Regional tax effort in Spain. *Economics*, 13(1), 20190031. <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2019-31>

2008 Büyük Durgunluğu ve TCMB Para Politikası: Banka Kredileri Kanalı ve Büyüme Özelinde Ampirik Bir Analiz*

Zafer BEYİZ **

ÖZ

Büyük durgunluğun küresel boyuttaki yayılma etkisi, merkez bankalarınca krize karşı tasarlanan para politikalarını da şekillendirmiştir. Para politikası uygulamalarında ilklerin yaşandığı kriz sürecinde Fed başta olmak üzere merkez bankalarının çoğu geleneksel olmayan ve makro-ihiyati niteliğe sahip politikalar ve araçlar kullanmışlardır. Bu araçlarla, parasal aktarım kanalları üzerinden krizin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi ve makroekonomik büyüklüklerin denge düzeylerine ulaştırılması amaçlanmıştır. Kredi kanalı, çoğu ekonomi ve özellikle de gelişmekte olan ülke ekonomileri için en etkili parasal aktarım kanallarından biridir. Bu çalışmada TCMB'nin 2011M01-2019M09 dönemindeki para politikası; sanayi üretim endeksi(GSYH), toplam krediler (tüketici+KOBİ), kamu bütçe harcaması, USD/TL döviz kuru ve ağırlıklı fonlama maliyeti(AOFM) değişkenleri kullanılarak, Toda-Yamamoto nedensellik yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgular; ilgili dönemde kredi miktarından ve AOFM'den GSYH'ye doğru nedenselliğe işaret etmektedir. Krediler, AOFM ve USD/TL kuru değişkenleri arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisi mevcuttur. Ayrıca kamu bütçe harcamasından, kredilere, AOFM'ye ve USD/TL döviz kuruna doğru tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Büyük Durgunluk, Makro-İhtiyati Politika, Finansal İstikrar, Kredi, Toda – Yamamoto.

JEL Sınıflandırması: E51, E52, E58

The Great Recession of 2008 and The CBRT Monetary Policy: An Empirical Analysis Spesific to Bank Loans and Growth

ABSTRACT

The global spillover effect of the great recession also shaped the monetary policies designed by the central banks against the crisis. During the crisis, where firsts were experienced in monetary policy implementations, most central banks, especially the Fed, used unconventional and macro-prudential policies and tools. These tools aimed to minimize the adverse effects of the crisis through monetary transmission channels and bring macroeconomic aggregates to equilibrium levels. The credit channel is one of the most effective monetary transmission channels for most economies, especially emerging economies. In this study, the monetary policy of the CBRT in the 2011M01-2019M09 period, Industrial production index (GDP), total loans (consumer+SME), public budget expenditure, USD/TL exchange rate, and weighted funding cost (WFP) variables were analyzed using the Toda-Yamamoto causality method. Results indicate causality from the loan amount and AOFM to GDP in the relevant period. A bidirectional causality relationship exists between loans, AOFM, and

* Bu çalışma, Prof. Dr. Feridun YILMAZ danışmanlığında, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlanmış olan, *Büyük Durgunluk Sonrası TCMB Para Politikası ve Büyümeye Etkisi* başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

** YÖK 100/2000 Doktora Projesi Araştırmacısı – Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Bilim Dalı, e-posta: zaferbeyiz@uludag.edu.tr, ORCID Bilgisi: 0000-0002-1529-7332

(Makale Gönderim Tarihi: 26.03.2023 / Yayına Kabul Tarihi: 19.07.2023)

Doi Number: /yonveek.1271091

Makale Türü: Araştırma Makalesi

USD/TL rate variables. In addition, one-way causality has been determined from public budget expenditure to loans, AOFM, and USD/TL exchange rate.

Key Words: Great Recession, Macro Prudential Policies, Financial Stability, Loan, Toda-Yamamoto

JEL Classification: E51, E52, E58

GİRİŞ

2008 yılı ortalarında ABD’de başlayıp dünyaya yayılan ve etkileri ölçüsünde “Büyük Durgunluk (Great Recession)” olarak adlandırılan kriz, 1929 Büyük Buhranı’ndan sonra yaşanmış en derin ekonomik kriz olarak tanımlanmıştır. Krizle birlikte ekonomiler küçülmüş, gelirler azalmış ve varlık fiyatları alt – üst olmuştur. Başta Fed(The Federal Reserve System) ve gelişmiş ülke merkez bankaları olmak üzere, krizden etkilenen ülkelerin merkez bankaları, kendi makroekonomik yapılarını ve dış dünyayı dikkate alarak belirli para politikası setleri tasarlamışlardır. Bu para politikası tasarımlarının çoğunun genişletici nitelikte oldukları görülmektedir. Para politikalarının merkezinde – özellikle ABD’de – çoğunlukla geleneksel olmayan ve makro-ihtiyati içerikli politikalar yer almıştır. Fed, devasa niceliksel genişleme paketleri açıklamış, politika faiz oranındaki indirimleri sonucunda ortalama faiz oranlarını sıfır sınırına yaklaştırmıştır. Sıfır sınırına çekilen faiz oranları ile donuklaşan finansal piyasaların ve reel iktisadi faaliyetin hareketlenmesi amaçlanmıştır. Fed’in bu uygulamaları diğer ekonomileri, özellikle küresel çapta oluşan bol likidite nedeniyle etkilemiştir.

Bu çalışmada önce TCMB’nin krize ilk politika tepkileri ve fiyat istikrarıyla birlikte finansal istikrarı da hedefleyen para politikası duruşu ortaya serilecektir. Devamında TCMB’nin kriz sonrasındaki para politikası uygulamalarının, kredi kullanımı ve büyüme dinamikleri bağlamında etkileri; 2011M01-2019M09 dönemindeki aylık veriler(sanayi üretim endeksi, bankalarca kullanılan toplam kredi - tüketici ve KOBİ - düzeyi, reel bütçe harcaması, nominal USD/TL döviz kuru, ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti) kullanılarak Toda – Yamamoto nedensellik analizi tekniği ile ampirik olarak analiz edilecek ve çalışma sonuçlandırılacaktır.

I. TCMB’NİN BÜYÜK DURGUNLUKTAKİ PARA POLİTİKASI

Krizin önemli nedenlerinden biri olarak tartışılan Fed’in 2003 - 2007 dönemindeki gevşek para politikası ve Dolar likiditesini uluslararası piyasalara adeta boca etmesi özellikle gelişmekte olan ülkeler için risk unsuru olmuştur. Çünkü bu denli bollaşan likidite finansal sermaye kazancı için faiz oranları görece yüksek olan gelişmekte olan ülkelere aktı ve ülkelerin ulusal para birimleri değerlendirildi. Genişleyen küresel likidite arzına paralel olarak getiri eğrisinin eğimi negatife dönmüş ve uzun vadeli faiz oranı beklentileri düşmüştür. 2003 -2007 döneminin temel özelliği olan bol likidite ortamında kaynak açığı bulunan gelişmekte olan ülke ekonomilerinin çoğunda borçlanma miktarları artmış ve beraberinde de tüketim artmıştır (Yılmaz, Aralık-2008). Büyük Durgunluk sürecinin başlarında küresel çapta görülen ilk etki likiditenin azalması ve kredi mekanizmasının donması olmuştur. Ödünç vermekten kaçınma sonucunda, azalan

ödünç alma imkânı ve durma noktasına gelen kredi kullanımını, küresel çapta reel piyasalarda kendisini yatırım, tüketim ve ticaret hacimlerinin daralmasıyla göstermiştir.

İç ve dış talepteki daralma ile küresel emtia fiyatlarındaki düşüş sonucunda enflasyon oranları da hızla düşüğe geçmiştir. Bu gelişmeler ışığında fiyatlama davranışlarının yönlendirdiği yüksek enflasyon riskinin azalması, TCMB'ye, krizin Türkiye Ekonomisi üzerindeki etkilerini bertaraf etmeye yönelik görece geniş bir politika hamle sahası kazandırmıştır. İlgili dönemde sönük talep koşullarıyla birlikte, artan döviz kurlarının ekonominin geneline yönelik oluşturabileceği maliyet baskısının sınırlı ölçüde gerçekleşmesi TCMB'nin elini rahatlatmıştır. Finansman imkânlarındaki daralma ve ithalat fiyat artışlarının yavaşlaması, enflasyon beklentilerinin düşmesine yol açmış ve enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulayan TCMB'yi hızlı bir faiz indirim sürecine sokmuştur. (Yılmaz, 2009). 2008 Ekim itibarı ile TCMB, politika faizini hızlıca indirmiş ve kredi sıkışıklığına engel olmak amacıyla likidite desteğini artırmıştır. 2008 Kasım – 2009 Kasım döneminde toplam 1025 baz puan faiz indirimi yapılmıştır.

2008 yılı ortalamasında % 0 seviyelerine yaklaşan GSYH büyüme oranı krizin en sert hissedildiği yıl olan 2009 yılında negatif değer olarak yıllık ortalamalarda küçülmüştür. Özellikle 2009 yılındaki GSYH küçülmesi ile birlikte, azalan yurtiçi ve yurtdışı talep kompozisyonu enflasyon üzerinde düşüş yönünde baskılar yapmaya devam etmiştir. Bu durum TCMB'ye krizin en sert hissedildiği yıl olan 2009'da, yurtdışı faiz ve fiyat gelişmelerinin de etkisiyle, seri faiz indirimleri yapma imkânı sunmuştur. TCMB'nin 2009 yılında, Aralık ayı hariç diğer 11 ay boyunca toplanan para politikası kurullarından faiz indirim kararı çıkmıştır. TCMB, 2009 yılı genelinde gecelik borç alma ve gecelik borç verme faiz oranlarında 650'şer baz puanlık indirim yapmıştır (gecelik borç alma faiz oranı: % 13'ten, % 6,50'ye / gecelik borç verme faiz oranı: % 15,50'den, % 9'a indirilmiştir). 2009 yılının tamamında görülen faiz indirimleri, yılın ortasında da devam etmiştir. Faiz indirimlerine devam edilmesi, iktisadi aktivitedeki artışa rağmen gerçekleşmiştir. Bunun sebebi, iktisadi aktivitedeki toparlanmaya rağmen, toplam talepteki artışın süreceğine ilişkin belirsizliktir (TCMB, 2009).

Gelişmiş ülkelerde krize karşı alınan önlemler çerçevesinde görülen parasal genişleme politika önlemleri ve sifıra yakın faiz (zero lower bound) politikası paralelinde, özellikle gelişmiş ekonomilerde yüksek miktarda likidite birikmiştir. Parasal gevşeme programlarının devreye alındığı ülkelerde kısa vadeli faiz oranlarının uzun süre sifıra yakın oranlarda kalacağı beklentisi de artmıştır. Bu çerçevede, küresel risk iştahındaki artışların ve gelişmekte olan ülkelerdeki toparlanmanın, gelişmiş ekonomilere nazaran daha hızlı ve istikrarlı olması nedeniyle, Türkiye ve gelişmekte olan ülke piyasalarına yönelik sermaye akımları hızlanmıştır. Dolayısıyla TCMB, yurtiçi makro değişkenlerin bozulmaması adına, para politikası duruşunda birtakım değişiklikler yapacağını 14 Nisan 2010 yılında yayınladığı *Para Politikası Çıkış Stratejisi* ile kamuoyuna ilan etmiştir.

A. Büyük Durgunluktan Çıkış Stratejisi

Krizle karşı dünya çapında devreye alınan genişlemeci para politikası çerçevesinden çıkış çokça tartışılmıştır. Fed' in uygulamaya başladığı gevşek para politikasının sürüklediği likidite bolluğu, reel getiri farkından dolayı, getiri marjı görece yüksek olan ülkelerde yoğun portföy yatırımına dönüşmüştür. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelere yönelen sermaye yoğunluğu bu ekonomilerde finansal istikrarsızlık endişesi doğurmuş ve ülkeler krizden çıkış stratejilerini genellikle bu kaygı ile tasarlamışlardır.

TCMB, Nisan 2010' da kamuoyuna duyurduğu krizden çıkış stratejisinde kurumun bilanço yapısının, gelişmiş ülke merkez bankalarının bilançolarına nazaran bozulmadan korunduğunu bu nedenle çıkış stratejisinin daha yalın ve basit olacağını ifade etmiştir. Bu doğrultuda TCMB'nin çıkış stratejisi ana hatlarıyla aşağıdaki gibi tasarlanmıştır (TCMB, 2010):

- Döviz likiditesinde sıkılaştırma amacına yönelik olarak, döviz cinsi zorunlu karşılık oranlarının artırılması, ödünç verme faiz oranlarının artırılması ve vadelerinin kısaltılması,
- Sistemin fonlama ihtiyacından fazla gerçekleştirilen likidite sunumunun kademeli olarak azaltılması,
- TCMB gecelik borç alma faiz oranının(faiz koridorunun tabanı) politika faiz oranı özelliğini devam ettirmesi.
- Bahsi geçen para politikası planlamasına dâhil olarak, TCMB'nin gelecekteki geleneksel olmayan(unconventional) para politikası bileşiminin altyapısına dair, merkez bankası iletişim politikası çerçevesinde, teknik detaylar açıklanmıştır. TCMB'nin gelecek projeksiyonundan hareketle para piyasası fonlama ihtiyacının artması halinde, teknik faiz uygulamasına başlanacağını ve koridor sisteminin bir hafta vadeli repo miktar ihaleleri yöntemiyle kullanılacağını sinyali vermiştir.

B. Finansal İstikrar Amacı ve Makro-İhtiyati Politika

TCMB, enflasyon hedefi doğrultusunda tasarlanan para politikasına ilave olarak finansal istikrarın da öncelikli politika hedeflerinden biri olduğunu ifade etmiştir. Literatürde “Yeni Normal” nitelemesiyle anılan süreçte yeni bir para politikası seti hedeflenmiştir. Hedefe yönelik olarak araç çeşitliliği ile birlikte etkin likidite yönetimi kararı alınmıştır (TCMB, 2011: 1)

Sürdürülebilir potansiyel büyüme hedefine ulaşılabilmesi için finansal istikrarın bir kamu politikası hedefi olması gereği, genel kabul gören bir düşüncedir. Finansal istikrar kavramı kolayca tanımlanamasa da konjonktüre ve ekonomilerin dinamiklerine göre açıklanabilecek ya da yorumlanabilecek bir kavramdır. Bunun nedeni hesaplanabilmesi ya da ölçülebilmesi için evrensel net bir mutabakat sağlanamaması ve zamanla değişmez nitelikler edinmemesidir. Finansal yeniliklerin, ne zaman ve nasıl ortaya çıkacaklarının bilinmemesi ve finansal piyasa davranışlarının sadece yerel ekonomik aktiviteye ve yasalara bağlı olmaması bir belirsizliktir. Bununla birlikte piyasaların yapısal nitelikleri ve finansal sözleşmelerin ülke ekonomilerine has risklere bağlı olması, finansal istikrar kavramının sınırlarının çizilmesini zorlaştırır (Vasudevan, 2001: 1733).

TCMB'ye göre net bir tanımı olmamakla birlikte finansal istikrar:

“Finansal sistemin parçası olan ekonomik fonksiyonların(ödeme sistemi, risk dağıtımı, kaynakların etkin dağılımı) beklenmedik bir durumda oluşabilecek şoklara karşı dayanıklılığını ve faaliyetini sağlıklı şekilde sürdürmesini ifade etmektedir. Finansal istikrar gerek ülkeler boyutunda gerekse küresel boyutta, finansal sisteme karşı sürdürülebilir bir güven olduğunun göstergesidir.”
(TCMB, 2015: 6)

Makro-ihtiyati politikalar da sistemik istikrara yönelik riskleri belirlemek ve azaltmak için tasarlanır. Dolayısıyla kredi sağlanması gibi finansal piyasaların işleyişini destekleyen finansal hizmetlerde meydana gelen bir aksamanın ayrıca sigorta ve ödeme – uzlaşma gibi hizmetlerin ekonomiye yükleyeceği muhtemel maliyetleri azaltır (Altunbaş vd., 2017: 3). Tek başına mikro-ihtiyati önlemlerin, reel ekonomide ağır kayıplar yaratan çalkantıları önleyemediğinin anlaşılmasıyla sistemik risklerin birikimini önlemek için makro-ihtiyati politikaların rolü öne çıkmıştır. Özellikle finansal sistemik risklerin iş çevrimlerinden ya da ekonominin yapısal unsurlarından kaynaklanması, bu risklerin finansal sisteme bulaşma olasılığını ortaya çıkarır. Finansal aracılık operasyonundaki kuralların gevşemesi, finansal sistem katılımcılarını daha fazla risk almaya teşvik etmektedir. Çoğunlukla dışsal şokların bir sonucu olarak ortaya çıkan olumsuzluklar, bu sistemik risklerin kırılğan kümesinde gerçekleşebilir. Finansal kriz sürecinde ise finansal araçların aşırı risk alma isteği, aşırı riskten kaçınma isteği ile yer değiştirir ve sistemdeki aktarım mekanizmasını bozarak kredi sorunlarına yol açar (Magyar Nemzeti Bank, 2023). Büyük Durgunluk göstermiştir ki, özel tasarlanmış finansal politikalara sistemik risk de dâhil edilmelidir. Kriz, sistemik risklerin ekonomilerin ılımlı süreçlerinde de büyüyebileceğini açığa çıkarmıştır. Sistemik risklerin finansal sistemde birikerek, kriz ile sonuçlanmaması için finansal istikrar, mikro-ihtiyati, politikalarından ziyade, makro-ihtiyati politikaların marifetiyle tesis edilmelidir (Vinals, 2013: 1,2).

C. TCMB'nin Fiyat İstikrarı ve Finansal İstikrar Araçlarının Birleşmesi

Türkiye Ekonomisinde 2010 yılından itibaren gözlenen yüksek miktardaki kısa vadeli yabancı sermaye girişleri, TCMB tarafından makro-finansal riskleri arttırıcı bir unsur olarak görülmüş ve para politikasını finansal istikrarı da gözeterek şekilde tasarlamaya yönlendirmiştir.

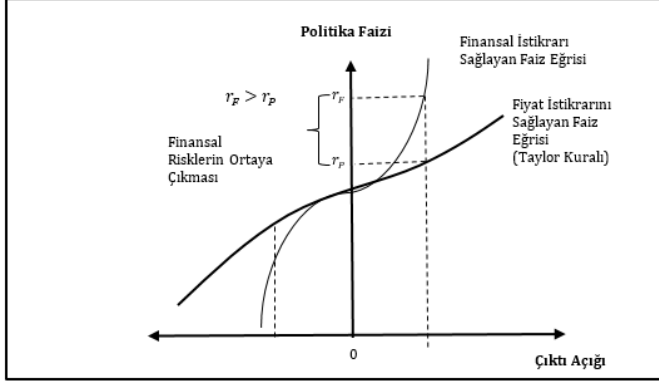
Dönemin (2011-2016) TCMB Başkanı Başçı'ya göre:

“... Kısa vadeli sermaye girişleri bir yandan krediye erişimi kolaylaştırarak tüketimi hızlandırırken, diğer yandan TL'nin değerlenmesine yol açarak; iç ve dış talep arasındaki ayrışmayı daha da belirginleştirmiştir. Cari denge hızla bozulması ve finansmanında, kısa vadeli sermaye girişleri ile portföy yatırımlarının giderek artması, küresel risk iştahındaki ani değişimlere karşı ekonominin kırılğanlığını arttırarak, makroekonomik ve finansal istikrara dair kaygıları gündeme getirmiş ve alternatif yaklaşımları gerekli kılmuştur.”
(Başçı ve Kara, 2011: 10)

Yılmaz(2010)'a göre finansal istikrarı ve fiyat istikrarını sağlayacak olan faiz oranlarının seviyesi, çıktı açığının seyrine göre değişmektedir (Yılmaz, 2010:

16). Şekil 5'te görüleceği üzere, potansiyel çıktı seviyesinin üzerindeki alanda çıktı açığı arttıkça, finansal istikrar ve fiyat istikrarını sağlayan faiz oranı seviyeleri arasındaki makas, *finansal istikrarı sağlayan faiz oranı* > *fiyat istikrarını sağlayan faiz oranı* olacak şekilde artmaktadır. Tersine çıktı açığı potansiyelinin altında gerçekleştiğinde fiyat istikrarını sağlayan faiz oranı, finansal istikrarı sağlayan faiz oranının üzerinde kalacak şekilde tepki vermektedir.

Şekil 1. Fiyat İstikrarı ve Finansal İstikrarı Sağlayan Faizler ve Çıktı Açığıyla İlişkisi



Kaynak: TCMB, "Finansal İstikrar Raporu", Sayı:11, Aralık 2010, s.50.

TCMB'nin bu politika fikri çerçevesinde, çıktı açığının sıfırın üzerinde olduğu bölgede, TCMB'nin politika faizini enflasyon hedefi çerçevesinde $r_p = r_{eh}$ (r_p : Politika faizi, r_{eh} : Fiyat istikrarını sağlayan faiz oranı) olarak belirlediği varsayılınsın. Şekil 1'deki ilişkiye göre, bu seviye finansal istikrarı sağlamak açısından yetersiz (düşük) kalmaktadır. Bu noktada TCMB'nin iki alternatifi öne çıkmaktadır. İlk olarak politika faizi, r_{eh} 'nin üzerinde belirlenip, $r_p = r_{fi} > r_{eh}$ (r_{fi} : Finansal istikrarı sağlayan faiz oranı) olarak yazılabilir. TCMB'ye göre, bu düzeyde görece yüksek faizden dolayı, kısa vadeli yabancı sermaye girişleri artacak ve TL iktisadi temellerden kopuk bir seviyede değerlendirilecek, cari denge olumsuz etkilenecektir. İkinci olarak görece yüksek faiz oranı, iç talepte ve kredi talebinde daralmaya neden olarak, cari dengeyi iyileştirici katkı yapacaktır. TCMB, bu iki alternatif sonuçtan, ikincisinin daha zayıf bir etkisinin olacağını ifade etmiştir (Özatay, 2011: 29).

Enflasyon hedefi ve finansal istikrar hedefinin odaklandığı politika faiz oranının seviyesindeki bu ayrışma nedeniyle, TCMB 2010 yılının bitimine yakın, finansal istikrar hedefini de içeren yeni bir para politikası karması kurgulamıştır.

TCMB, makro-f finansal riskler olarak adlandırdığı alandaki gelişmeleri değerlendirerek, para politikası fonksiyonunun içine, finansal istikrar hedefini de dâhil etmiştir. Yeni anlayış çerçevesinde, bilhassa sermaye akımlarına bağlı olarak, dış dengeye, ucuz finansmana bağlı olarak da kredi genişlemesine odaklanılmıştır. Dolayısıyla politikanın hedefi, ekonominin kırılganlıklarını azaltmak ve şoklara karşı esnek tepki davranışını geliştirmektir (Kara, 2012: 11).

Gregorio'ya (2012) göre, varlık fiyatlarındaki köpüklerin (balonların) patlatılmasında para politikasının kullanılması, gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde karmaşık bir hal alabilir. Çünkü bu piyasalarda yurtiçi varlıklardaki

balon oluşumu, aşırı sermaye akımlarının neden olduğu bir ulusal para değerlenmesi olarak ortaya çıkabilir. Köpüğün patlatılması için, para politikasının sıkılaştırılması tam tersi etkilere yol açabilir. Bu etkiler sermaye girişinin daha da artması ve ulusal paranın daha fazla değerlenmesidir. Bu durumda faiz oranı, tek para politikası aracı olmaktan çıkar ve ulusal paranın daha fazla değerlenmemesi için, döviz kuruna yönelik müdahale araçları daha iyi sonuç verebilecektir (Gregorio, 2012: 5).

III. MAKRO – İHTİYATİ ARAÇLARIN KULLANILMASI

TCMB resmi politika faizi olan haftalık repo faizi, faiz koridoru, zorunlu karşılık oranları ve likidite yönetimi araçlarını kullanarak; fiyat istikrarını ve finansal istikrar amacını hedeflemiştir. Araçlar ve amaçlar arasındaki iletim kanalları ise makro-ihtiyati para politikası önlemlerine dâhil olan krediler ve döviz kuru kanalıdır (Kara, 2012: 11).

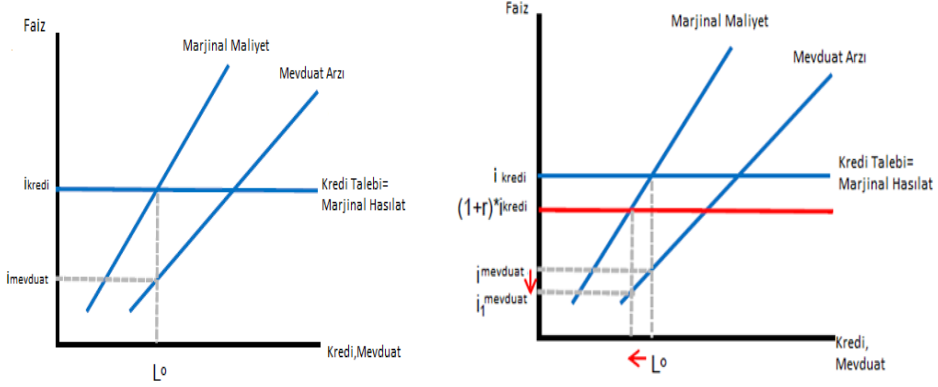
B. Kredi Hacminin Kontrolü ve Zorunlu Karşılıklar

Bir ekonomide kredi hacmindeki ve döviz kurlarındaki oynaklıklar finansal istikrarı tehlikeye atan durumlar oluşmasına neden olabilir. Dolayısıyla bu oynaklık fiyatlar aracılığıyla, faktör gelirlerini etkileyerek kaynak dağılımını da bozabilmektedir. Finansal sistemdeki likidite ihtiyacında fazlalar ya da açıkların aşırı seviyelere ulaşması, parasal aktarım sisteminin çalışmasını aksatarak, para politikasını etkinliğini azaltabilmektedir (TCMB, 2015: 7). Para politikasının en az hata ile hedefine yaklaşabilmesi için, TCMB, finansal istikrar amacı çerçevesinde, normalin üzerinde yabancı sermaye girişinin yurtiçi finansman koşullarını gevşetmesiyle sonuçlanan kredi genişleme hızını azaltabilmek için zorunlu karşılık oranının kullanımını öne çıkarmıştır.

TCMB 2010 yılının Ekim ayında TL zorunlu karşılıklara faiz ödemesi uygulamasını sonlandırmış ve yurtiçi TL kredilerin maliyetini arttırarak kredi büyümesini yavaşlatmaya yönelik adım atmıştır. Devamında da bankacılık sisteminin TL likiditesini ve kredi hacmini yönetebilmek için zorunlu karşılık oranlarında, mevduat vadelerine göre değişen bir artırım sürecini başlatmıştır. Burada amaç, bankacılık sistemindeki bilançoların yükümlülük tarafındaki kıymetlerin vadelerinin uzatılması ve finansal istikrarın güvenilir bir hal almasını sağlamaktır (Başçı ve Kara, 2011: 6,7).

Zorunlu karşılıklar, banka maliyetlerinin üzerinde bir vergi etkisi oluşturur. Bu nedenle bankalar, kredi faizleri ile mudilerine ödedikleri mevduat faizleri arasındaki farkı arttırarak, maliyetlerini diğer araçlara aktarabilirler. Zorunlu karşılıkların bankalar üzerindeki vergi etkisinin işleyişi ve sonuçları Şekil 2 ve 3'te incelenebilir.

Şekil 2-3. Rekabetçi Kredi ve Mevduat Piyasalarında Zorunlu Karşılıkların Etkileri
Kredi Piyasasında ZK Uygulanmıyor Kredi Piyasasında ZK Uygulanıyor



Kaynak: Camilo E. Tovar ve diğerleri, “Credit Growth and Effectiveness of Reserve Requirements and Other Macropudential Instruments in Latin America”, IMF Working Paper, No: 12/142, 2012, s.9

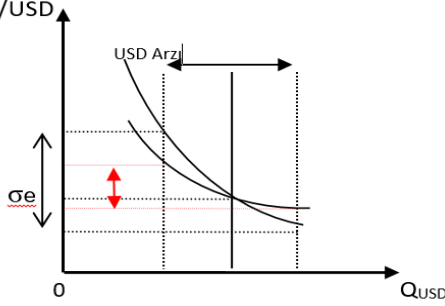
Soldaki Şekil(2)'de banka, kredi fiyatını kabullenen – fiyat alıcı durumundadır. Finansal aracı, fiyat ve miktar arttıkça artan, pozitif eğimli bir marjinal maliyet eğrisine ve mevduat arzı eğrisine sahiptir. Tam rekabet piyasasındaki firma dengesinde talep, fiyat ve marjinal hasılat eğrileri aynı olduğundan, kredi fiyatı, kredi talebi ve marjinal hasılat eğrileri sonsuz esnek olup, yatay eksene paraleldir. Bu çerçevede banka, piyasa gücünü mevduat piyasasında kullanarak, mevduatlara uyguladığı faiz oranını (fiyat) kredi kullanırken uyguladığı faiz oranından daha düşük tutar. Sağdaki Şekil(3)'te ise zorunlu karşılıkların banka kredileri üzerindeki vergi etkisi görülmektedir. Mevduata uygulanan bir zorunlu karşılık oranı, krediden elde edilen marjinal hasılatı düşürerek, eğriyi aşağıya kaydırır. Devamında bankalar, zorunlu karşılıkların ilave maliyetinden kaynaklanan farkı mudilerinin hesaplarına uyguladıkları faiz oranlarını düşürerek telafi ederler. Burada, zorunlu karşılık oranlarındaki artışın – daha düşük mevduat faizi – şeklinde mudilere yüklenmesi söz konusudur (Tovar vd., 2012: 9). Dolayısıyla bankaların kredi kullanacakları kaynaklar görece azalmış olur.¹

C. Rezerv Opsiyon Mekanizması (ROM)

Bankalara yönelik rezerv opsiyonu uygulamasının devreye alındığı dönemde, Türkiye Ekonomisinde, yabancı sermaye akımlarının yoğunluğu nedeniyle değerli TL, ucuz döviz ikliminin oluştuğu görülmektedir. Böyle bir ortamda, döviz cinsi borçlanma, TL cinsi borçlanmaya göre daha cazip olmaktadır. TCMB, rezerv opsiyon mekanizması uygulaması ile finansal araçların daha az maliyetle zorunlu karşılık ayırabilmelerine imkan sağladığını ifade etmiştir (Küçükşarac ve Özel, 2012: 3).

¹ Bu tespit bankaların yurtdışından sendikasyon kredisi vb. gibi ödünç almadıkları varsayılr.

Şekil 4. Rezerv Opsiyon Mekanizması ve Döviz Kurunu Düzeltici Etkisi



Kaynak: Aysan ve diğerleri, “Managing Short Term – Capital Flows in New Central Banking: Unconventional Monetary Policy Framework in Turkey”, CBRT Working Paper, No: 14/03, 2014, s.14.

Rezerv opsiyon mekanizması, kısa vadeli güçlü sermaye akımlarının, döviz kuru dalgalanmalarını eşzamanlı dengeleyen bir araçtır. Döviz piyasasına müdahale çerçevesinde, merkez bankalarının açık piyasa işlemleri vasıtasıyla, döviz arzının istenmeyen ölçüde arttığı durumlarda piyasadan döviz satın alarak, dövizin miktar ve fiyatını dengeleme çabası geleneksel bir para politikası hamlesidir. Burada merkez bankası, döviz arzı artışına karşın döviz talep eğrisini, piyasadan doğrudan döviz satın alarak topyekûn sağa kaydırır ve dengeye ulaşmaya çalışır. Ancak bu yöntemde, arz değişimleri nedeniyle oluşan döviz kuru dalgalanmalarının sürekli takibini gerektirir ve piyasa katılımcılarının dönemler arası kararlarını bozabilir. TCMB, yukarıda bahsi geçen geleneksel politikaya alternatif olarak herhangi bir döviz fiyat seviyesine karşılık gelen piyasa talebini değiştirerek dalgalanmaları daha ılımlı hale getiren bir araç olarak rezerv opsiyon mekanizmasını dizayn etmiştir. Rezerv opsiyon mekanizmasının döviz arzı artışlarına karşı etkisi, bankaların döviz rezervlerini - rezerv opsiyonu katsayısının(σ) tayin ettiği miktar çerçevesinde – gönüllü olarak hesaplarında tutmasıyla başlamaktadır. Rezerv opsiyon mekanizmasının etkilerinin daha net anlaşılması için şekil 4 incelenebilir. Geleneksel döviz satın alma yoluyla kura müdahale ile rezerv opsiyon mekanizmasının geleneksel olmayan daha ılımlı etkileri aynı şekilde görülmektedir. Geleneksel müdahalede döviz arzı artışına karşı, döviz alım müdahalesi sonucunda, talep eğrisi topyekûn sağa kayar. Şekil 4’te rezerv opsiyon mekanizması, döviz arzındaki değişimlere karşı, talep eğrisinin konumunun değişmesine değil, esnekliğinin değişmesine neden olmaktadır (Aysan vd., 2014: 13).

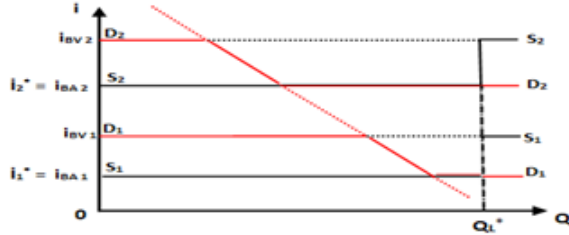
Özetle rezerv opsiyon mekanizması marifetiyle piyasadaki döviz miktarının azaltılması, merkez bankasının sterilizasyon hamlesiyle değil, bankacılık sektörünün menfî kar maksimizasyonu tercihi cazip hale getirilerek sağlanmaktadır. Ayrıca sterilizasyon ile direkt müdahale sonucunda, dalgalı kur sisteminin nitelikleri piyasa tarafından sorgulanarak, direkt müdahale süreçleri risk algısı oluşturabilecektir (Alper vd., 2012: 16).

C. Faiz Koridorunun Teorik Çerçevesi

Merkez bankalarının faiz koridorunu geleneksel olmayan bir para politikası aracı olarak kullanmaları, en çok Büyük Durgunlukla birlikte görülmeye

başlanmıştır. Geleneksel kısa vadeli politika faiz oranının içinde bulunduğu koridor sisteminde, ikincil piyasa faizlerinin (fiili faizler) hedef politika faizlerine yakın oluşması amaçlanır. Bu doğrultuda merkez bankaları geleneksel olmayan faiz koridoru çerçevesini para politikalarında bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. Şekil 5'te görüleceği gibi merkez bankası koridorun taban ve tavan faiz oranlarını değiştirerek, koridorun genişliği aracılığıyla, piyasa faiz oranına yön verebilmektedir. Grafikte, merkez bankası gecelik borç alma faiz oranı ile politika faiz oranı birbirine eşit belirlenmiştir ($i_{BA} = i^*$). Merkez bankası politika faiz oranında bir değişikliğe gittiğinde - likidite arzını değiştirmeden - politika faizini, dolayısıyla da bankalar arası para piyasası faizini değiştirmiş olur (Kahn, 2014: 14,15).

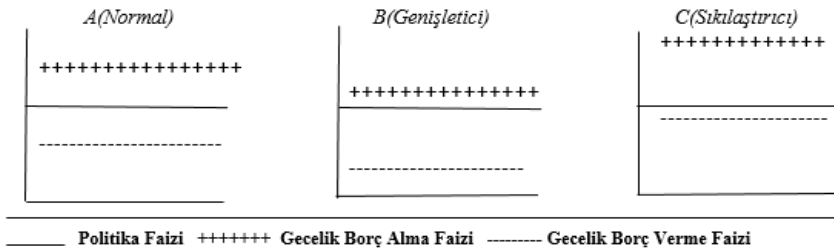
Şekil 5. Rekabetçi Kredi ve Mevduat Piyasalarında Zorunlu Karşılıkların Etkileri



Kaynak: George A. Kahn, "Monetary Policy Under a Corridor Operating Framework", Economic Review, Federal Reserve Bank of Kansas City, issue Q IV, 2010 kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Koridor sisteminde, koridorun genişliği ve politika faizinin tavana ya da tabana olan mesafesi merkez bankasının para politikası duruşunu ifade eder. Goodhart(2013)'a göre TCMB'nin geleneksel olmayan politika çerçevesindeki faiz koridoru çalıştırması şekil 6'daki A, B ve C panellerindeki gibi olmuştur (Goodhart, 2013: 9).

Şekil 6. Faiz Koridoru ve Politika Faizi



Kaynak: Charles A.E. Goodhart, "The Potential Instruments of Monetary Policy", Central Bank Review, Vol.13, 2013.

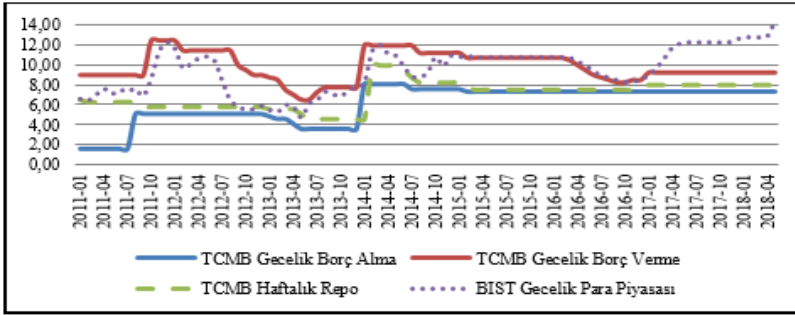
A, B, C panellerinde faiz koridorunun tavan ve tabanının seviyelerine göre, para politikasının duruşu ifade edilmektedir. A panelinde normal (ılımlı) para politikası duruşu, simetrik bir koridorla ifade edilmiştir. B panelinde, asimetrik koridor sisteminde oldukça düşük bir gecelik borç alma faizi ile genişletici bir politika duruşu görülmektedir. B panelinde likiditenin sistemde kalmasına çaba gösterilmekte ve bankalara yönelik gecelik borç verme faizinden sınırsız likidite imkânı sunulmaktadır. C panelinde gecelik borç verme faiz oranı artmış ve daraltıcı bir para politikası duruşu tasarlanmıştır.

Koridor sisteminde likidite arzını değiştirerek de politika faizini etkilemek mümkündür. Koridor sistemi özellikle de koridorun tabanı, merkez bankasına faiz oranı politikası ile likidite politikasını birbirinden ayırabilme imkânını tanır. Bu ayırım, bir likidite krizinde merkez bankasının bankacılık sistemini alışılmadık miktarlarda fonlayabilmesinde önem taşımaktadır. Koridor tarafından belirlenen bir taban faiz oranı yokluğunda, sisteme eklenen bu miktardaki likidite, politika faizini hedefin oldukça altına indirebilir. Bu sapmanın gerçekleşmemesi için koridor sistemi merkez bankasına politika faizini etkilemeden likidite arzını değiştirme imkânı verir (Kahn, 2010: 17).

i. TCMB Faiz Koridoru ve Para Politikası

TCMB faiz koridoru uygulamasını 2002 yılından itibaren işlemeye başlamıştır. Ancak 2010 yılında koridor sisteminin tasarımı önemli ölçüde değişmiştir. 2010 yılının ikinci yarısına kadar, sistemde net likidite fazlasına yol açan aşırı fonlama politikası izlenmiştir. Dolayısıyla 2002'nin ilk yarısı ile 2010 ortaları arasında, hedef politika faizi ile gecelik borç alma faiz oranı birbirine eşit olarak belirlenmiştir (faiz tabanı – koridorun alt bandı). Bununla birlikte Borsa İstanbul (BIST) para piyasası gecelik faiz oranı da bu seviyelerde oluşmuştur. TCMB Mayıs 2010'da tamamlayıcı bir araç olarak – sistemin likidite ihtiyacını karşılamak üzere – 1 hafta vadeli repo faiz oranını kullanmaya başlamıştır. Kurum bu dönemde fonlama maliyetini, likidite miktar yönetimi operasyonları ile yönetmiştir (Şekil 7). Bu bağlamda, faiz koridorunun genişliği haftalık repo faizinden bağımsız olarak değiştirilmiş, taban ve tavan arasındaki simetri TCMB açısından bir kaygı oluşturmamıştır (Kara, 2015: 3; Küçük vd., 2016: 747).

Şekil 7. Geleneksel Olmayan Araçların Kullanıldığı Dönemde
TCMB Resmi Faiz Oranları ve Faiz Koridoru 2010 / 2018)²



Kaynak: www.tcmb.gov.tr'deki faiz oranları kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

² TCMB, 2015 yılında başlayan para politikasının sadeleşmesi çalışmalarını, 28 – Mayıs – 2018'deki duyurusunda tamamladığını ilan etmiş ve teknik ayrıntıları açıklamıştır. Yeni operasyonel çerçeveye göre 1 hafta vadeli repo faizi politika faizi ilan edilmiş ve para piyasasının sadece bu faiz aracılığıyla fonlanacağı ifade edilmiştir. Faiz koridorunun taban ve tavanının, haftalık repo faizine +/- 150 baz puanlık uzaklıklarda simetrik bir şekilde çalıştırılacağı belirtilmiştir. Ek olarak BIST bankalar arası gecelik para piyasası faiz oranının da, politika faizi olan, haftalık repo faizi seviyelerinde oluşması hedeflenmiştir. Bu durumda, 2017 yılının başından bu yana, bankaların fon taleplerini, geç likidite penceresi faiz oranından karşılayan TCMB, bu uygulamayı terk ederek, tek politika faizi ve simetrik bir faiz koridoruna yönelmiş ve sadeleşme sürecini tamamladığını ilan etmiştir. (Bkz. TCMB, Enflasyon Raporu 2018 –III ve TCMB, “Para Politikasının Yeni Operasyonel Çerçevesine ve Geçiş Sürecine İlişkin Teknik Ayrıntılar” Mayıs 2018: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a2f6b0fb-f494-4307-b583-cb8692437ab8/Talimat+Değişikliği.pdf?MOD=AJPERES&CVID>. Erişim Tarihi: 13-03-2023)

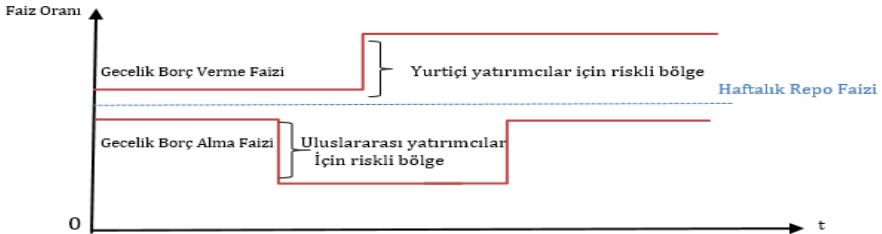
Asimetrik koridor sistemi TCMB tarafından kamuoyuna ilan edilen politika faizlerini, para piyasasında oluşan cari (fiili) faizlerden ayırıştırmak üzere kullanılmıştır. Bu ayırıştırma, ilgili faiz oranlarının geniş koridor içinde yüksek dalga boylarında hareket göstererek, bir nevi belirsizlik yaratması olarak açıklanabilir. Bu noktadaki politika anlayışı, kamuoyuna ilan edilen politika faizleri ile para piyasasının fonlanmasında uygun görülen likidite miktarı ve vadesi arasındaki ilişkiyle belirlenmektedir. Binici ve diğerlerinin (2016) TCMB resmi faizleri (gecelik borç alma – borç verme – haftalık repo faizleri) ile koridorda gün sonunda oluşan fiili faizlerin (BIST gecelik faizi, ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti: AOFM) hangilerinin bankacılık sektöründeki kredi maliyetlerinde dikkate alındığını araştıran çalışmalarında; bankaların ödünç verme ve mevduat kabul etme maliyetlerinde fiili faizleri dikkate aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. BIST gecelik faiz ve AOFM arasında da bankaların kredi maliyetleri için BIST gecelik faizinin, AOFM’ den daha etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Özetle bankaların kendi aralarındaki fon alış – verisi sonucunda oluşan BIST gecelik faizi, kredi fiyatlamasında baskın bir belirleyicidir (Binici vd., 2016: 7,8).

Böylelikle faiz koridorunun bilinçli bir şekilde genişletilip, belirsizliğin arttırıldığı bu dönemde, piyasa faizi göstergeleri olan BIST gecelik faizi ve AOFM, bankalar üzerinden kredi büyüme hızının frenlenmesi adına önem atfedilen oranlardır. Kredi büyümesinin ılımlı bir seviyeye getirilmesi ile yoğun dış sermaye girişlerinin yönetimine karşı, politika faiz oranı (haftalık vadeli repo faizi), zorunlu karşılık oranı, rezerv opsiyon mekanizması ve asimetrik faiz koridoru bileşkesi birbirini tamamlayıcı araçlar olarak benimsenmiştir.

ii. TCMB Faiz Koridoru ve Yurtiçi Kredi Genişlemesinin Kontrolü

Koridor politikası yurtiçi kredi genişlemesini kapsayacak şekilde makro- ihtiyati politika olarak da kullanılabilir. Özellikle koridorun tavanı, yurtiçi bankaların çoğunlukla merkez bankası fonlamasına dayanmaları durumundaki riski anlatabilir (borç verme faizi ile politika faizi arasındaki baz puan farkı, Şekil 8). Yukarı doğru genişletilmiş bölgenin varlığı merkez bankasından borçlanmanın maliyetini daha da arttıracaktır. Dolayısıyla ekonomideki kredi faizi oranı muhtemelen artacaktır, bu durumda kredi talebinin azalması beklenir. Bu bağlamda koridor politikası sermaye akımlarının ve döviz kurlarının daha ılımlı dalgalanması için yurtiçi finansal istikrarı sağlamak maksatlı para piyasası faizlerinin üzerine bindirilen bir belirsizlik şoku olarak düşünülebilir (Aysan vd., 2014: 10,11).

Şekil 8: Faiz Koridorunun Yurtdışından ve Yurtiçinden Ödünç Verenler Üzerindeki Asimetrik Etkisi



Kaynak: Aysan vd, “Managing Short – Term Capital Flows in New Central Banking: Unconventional Monetary Policy Framework in Turkey”, TCMB Working Paper”, No: 14/03, February 2014,s.12 kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

IV. TEORİK ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Para politikası aktarım mekanizması, miktar kanalı (monetarist) ve fiyat kanalı (Keynesyen) olmak üzere iki kanala ayrılabilir. Monetarist yaklaşımda miktar kanalı, para miktarı kanalı ve kredi miktarı kanalından oluşmaktadır. Keynesyen yaklaşımın fiyat kanalı ise faiz oranı, döviz kuru ve varlık kanallarından oluşmaktadır (Oh, 1999: 9).

Keynes'in Genel Teorisi, para politikasının faiz oranı kanalını açıkça tanımlamıştır. Sermaye ve dayanıklı tüketim mallarının bugünkü değeri reel faiz oranı ile negatif ilişkilidir (sermayenin marjinal verimliliği fonksiyonu). Daha düşük bir reel faiz oranı, mevcut dayanıklı (sermaye ve tüketim) malların bugünkü değerinin daha yüksek olması ve mevcut stoklar ile yeni üretilen malların fiyatları arasındaki oranın (Tobin'in q teorisi) artması anlamına gelir. Dolayısıyla, mevcut dayanıklı mal üretimine ve çarpan aracılığıyla toplam talep teşvik edilir (Lopes, 1996: 66).

Keynesyen görüşte parasal genişlemenin reel ekonomiye nasıl aktarıldığına ilişkin geleneksel aktarım bir diyagramla karakterize edilebilir,

$$M \uparrow \Rightarrow i \downarrow \Rightarrow I \uparrow \Rightarrow Y \uparrow$$

burada $M \uparrow$ reel faiz oranlarında ($i \downarrow$) düşüşe yol açan genişletici bir para politikasını gösterir, bu da sermaye maliyetini düşürür, böylece yatırım harcamalarında ($I \uparrow$) artışa neden olur, bu da toplam talepte artışa ve çıktıda ($Y \uparrow$) artışa yol açar. Keynes başlangıçta bu kanalın işletmelerin yatırım harcamalarına ilişkin kararları yoluyla işlediğini vurgulamış olsa da, daha sonraki araştırmalar tüketicilerin konut ve dayanıklı tüketim harcamalarına ilişkin kararlarının da yatırım kararları olduğunu kabul etmiştir. Dolayısıyla, yukarıdaki diyagramda özetlenen parasal aktarımın faiz oranı kanalı, konut ve dayanıklı tüketim harcamalarını temsil eden tüketici harcamaları için de aynı şekilde geçerlidir (Mishkin et al., 2016: 4).

Monetarist iktisatçılara göre IS-LM modelinin ima ettiği parasal aktarım süreci kısıtlayıcı ve tekniktir. Nominal ve reel para miktarlarını değiştiren bir parasal şok, tek bir kısa vadeli faiz oranını veya borçlanma maliyetini değiştirmekten daha fazlasını yapar. Parasal şoklar, çeşitli yerli ve yabancı varlıkların cari ve beklenen fiyatlarını değiştirir. Aracılar, faiz oranlarının vade yapısı, ödünç ilişkileri ve döviz kurları tepki verir. Tek bir kısa vadeli faiz oranının kullanımı, para politikası şokuna cevaben nispi fiyatların klasik tepkisini ve paranın yansızlığını geri kazandırmak için yapılan ilave ayarlamaları anlamaya yönelik zayıf bir bakış açısıdır (Meltzer, 1995: 51, 52).

Tablo 1: Literatür Taraması

No	Yazar	Tarih	Araştırma Konusu	Veri	Yöntem	Bulgular
1	Bernanke & Gertler	1995	Parasal aktarım mekanizmasında kredi kanalının rolü.	Fed fon oranı, reel GSYH, CPI, Nihai Talep	VAR	Kredi kanalı, faiz oranı kanalına ilave olarak çalışmaktadır. Buna göre, para politikası yatırım seviyesini ve tüketici harcamalarını, tasarrufların getirisindeki ve sermaye maliyetindeki değişiklikler üzerinden etkilemektedir.
2	Morsink & Bayoumi	1999	Japonya ekonomisinde parasal aktarım mekanizmasının işleyişi.	Özel kesim nihai talebi, özel sektör fonları, banka kredileri.	VAR	Banka kredileri hem önemli bir bağımsız şok kaynağıdır, hem de faiz oranı ve geniş para tabanı üzerindeki oluşacak şokların ekonomik büyümeye aktarılmasında kritik bir rol oynamaktadır
3	Disyatat ve Vongsinsirikul	2003	Taylan'da bankacılık sektörü ve banka kredilerinin parasal aktarım mekanizmasıyla reel ekonomiye etkileri.	Reel GSYH, CPI, 14 gün vadeli repo faizi.	VAR	Bankacılık sektörü ve banka kredileri, para politikası şoklarının reel ekonomiye aktarılmasında etkin bir rol oynamaktadır.
4	Chow	2004	Singapur ekonomisinde parasal aktarım mekanizmasının çıktı düzeyi ve büyüme oranına etkisi.	Sanayi üretim endeksi, CPI, üç ay vadeli faiz, dış ticaret ağırlıklı döviz kuru.	VAR	Bulgulara göre, döviz kuru, maruz kaldığı ve para politikasını daraltıcı bir şoka karşı hızlıca ve kalıcı bir tepki vermiştir. Beraberinde döviz kurundaki bir değişikliğin faiz şokuyla kıyaslandığında, çıktı dalgalanmasına neden olan daha önemli bir dalgalanma kaynağı olduğu görülmüştür.
5	Hülsewig vd.	2006	Almanya ekonomisinde kredi kanalının etkinliği.	Reel GSYH, banka kredilerinin reel düzeyi, politika faizi, kredi faiz oranı.	VAR-VECM	Bulgulara göre, Alman ekonomisinde bir para politikası şoku sonucunda, banka kredilerinin - kredi marjında beklenen bir düşüş ile - azaldığı sonucuna varılmıştır.
6	Cengiz ve Duman	2008	Türkiye'de kredi kanalının reel etkileri.	TÜFE, sanayi üretim endeksi, reel efektif döviz kuru, ...	VAR	Para politikası, kredi arzı vasıtasıyla ekonomik büyümeyi etkilemektedir.
7	Bozoklu ve Yılcancı	2013	Türkiye'nin de bulunduğu 14 gelişmekte olan ülkede finansal gelişmeyle büyüme arasındaki ilişki.	Kredi/GSYH, kişi başı GSYH büyüme oranı.	VAR	Çalışmada kullanılan verilere göre Türkiye ekonomisinde kredi kullanımının artışı, ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir.
8	Blot Vd	2015	ABD ve Euro bölgesinde, fiyat istikrarının finansal istikrarı da sağlayıp sağlayamayacağı.	Konut fiyat düzeyi, sanayi üretim endeksi, CPI, özel sektöre yönelik toplam kredi...	OLS, VAR, DCC	1990'lardan bu yana ABD ve Euro Bölgesi ekonomilerinde geleneksel bilgelik görüşünün ampirik olarak desteklenmediği görülmüştür.
9	Kim ve Mehrotra	2017	ABD, Avusturya, Kore, Tayland ve Endonezya'da para politikası ve makro-ihiyati politikası şoklarının reel ekonomi üzerindeki etkileri.	Politika faizi, makro-ihiyati politika endeksi, CPI, özel sektöre verilen toplam kredi stoku, reel GSYH.	Panel VAR	Çalışmanın temel bulgusu, parasal ve makro-ihiyati politika şoklarının kilit makro değişkenler üzerindeki etkilerinin, GSYH, fiyat seviyesi ve kredi stokunun azalmasına yol açan daraltıcı politika şokları ile benzer olduğu yönündedir.

10	Cerutti vd.	2017	Çalışmada 119 ülkeden oluşan örneklemin, 12 hassas makro-ihiyati politika uygulamasının etkileri araştırılmıştır. Bu politikaların kullanımı ile kredi ve konut piyasaları ilişkisi	Reel konut kredisi büyüme oranı, makro-ihiyati politika endeksi, reel GSYH büyüme oranı, banka krizleri değişkeni, politika faizi.	Panel GMM	Bulgular, makro-ihiyati politikaların genellikle kredi büyüme hızını yavaşlatmaya yönelik olduğunu göstermektedir. Makro-ihiyati politikalar, kredi gelişmeleri ve ekonomik büyüme üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir.
11	Menna ve Tobal	2018	Faiz oranını merkeze alarak gelişmekte olan ekonomilerdeki finansal istikrar ve fiyat istikrarı etkileşiminin Yeni Keynesyen bir model üzerinden incelenmesi.	Hanehalkı türleri ve kredi kullanım düzeyleri.	Dinamik Stokastik Genel Denge modeli(D SGE)	Çalışmanın genel değerlendirmesine göre, merkez bankaları finansal dengesizlikleri ve risk birikimini önlemek için finansal çevrimlerin genişleme aşamalarından faiz oranlarını arttırmalıdır. Ancak gelişmekte olan ülkelerde bu artış iktisadi faaliyeti daraltmaktadır.
12	Yeşil vd.	2021	Türkiye ekonomisinde ödünç alanların(hane/işletme) kredi bileşenlerine(konut, ihtiyaç, TL ve döviz cinsi işletme kredileri) ve harcamalara göre(yatırım, tüketim) GSYH'nin bileşenlerine odaklanarak krediler ve ekonomik faaliyet arasındaki ampirik bağlantının incelenmesi.	Reel GSYH, yurtiçi nihai talep, banka-dışı kesimin TL ve döviz toplam kredileri, ihracat ağırlıklı GSYH, kredi marjı, reel döviz kuru.	VAR	Çalışmanın sonuçlarına göre, kredi şokları ekonomik aktiviteyi özellikle ilk iki çeyrekte istatistiksel olarak etkilemektedir. Hanehalkı kredilerini ve TL cinsinden işletme kredilerini aynı oranda genişleten şoklar özel tüketim, nihai yurt içi talep ve GSYH üzerinde benzer etkilere sahiptir. Bunun aksine, hanehalkı kredilerinin yatırım üzerinde işletme kredilerine göre çok daha küçük bir etkisi vardır.

V. VERİ SETİ, YÖNTEM VE BULGULAR

A. Veri Seti

Türkiye ekonomisinde 2011M01 – 2019M09 dönemini kapsayan aylık verilerden yararlanılmıştır. Zaman boyutunda bu dönemin seçilmesinin sebebi ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti verisinin Nisan 2011'den itibaren mevcut olması ve TCMB'nin Nisan 2010'da Büyük Durgunluktan çıkış stratejisini finansal istikrara ve geleneksel olmayan araçlara vurgu yaparak açıklamasıdır. Bu stratejide kriz sonrasında yoğun finansal yabancı sermaye akışının, yurtiçinde aşırı değerli TL'ye ve aşırı kredi genişlemesine yol açmaması için makro-ihiyati önlemler alınacağı ifade edilmiştir. Yeni stratejinin içerdiği para politikasının ve toplam kredilerin, aylık frekanstaki çalışmalarda GSYH'nin göstergesi olarak sıklıkla kullanılan, sanayi üretim endeksi üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Sanayi üretim endeksi(GSYH)nin olası belirleyicileri olarak Tablo 2'de yer alan değişkenler seçilmiştir. Değişken seçiminde $Y = C + I + G + (X - M)$ Keynesyen milli gelir denkleminin bileşenlerine karşılık gelebilecek değişkenler seçilmeye çalışılmıştır. LNMOKRDTOP(tüketici + kobi = toplam kredi) tüketimin(C) ve özel sektör yatırımının(I), LNRBUTHARC(reel bütçe harcaması) kamu cari harcamasının(G), NOMUSDTL(USD/TL kuru) dış alemin($X - M$), AOFM(ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti) bankaların fon maliyetinin ve kısmen kredi maliyetinin(faiz), iktisadi aktivite göstergesi olarak seçilen SUEEND(sanayi

üretim endeksi) GSYH(Y) üzerindeki etkilerini yakalamak için seçilmiştir. Verilerin 2019M09'da sonlandırılmasının sebebi, 2019 yılında başlayan covid-19 salgınının dünya çapında para politikalarını ve üretim süreçlerini dolayısıyla ekonomik zaman serilerini de etkilemesidir. Bu etkilerin Türkiye'deki makroekonomik büyüklüklere zaman boyutunda yansımaları yaklaşık olarak 2019 yılının son çeyreğine denk gelmektedir.

Tablo 2: Kullanılan Değişkenlere Ait Bilgiler

DEĞİŞKEN SİMGESİ	DEĞİŞKEN	KAYNAK
SUEEND (Y)	Sanayi üretim endeksi(mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış)	TÜİK
LNNOMKRDTOP (C,I)	Tüketici + KOBİ toplam kredi kullanımı(log-milyon TL)	BDDK
LNNRBUTHARC ³ (G)	Reel cari bütçe harcaması(log-milyon TL)	EVDS
NOMUSDTL(X-M)	USD/TL kuru(nominal-aylık hareketli ortalama)	EVDS
AOFM (faiz)	TCMB Ağırlıklı ortalama fonlama maliyeti(oran)	EVDS

B. Yöntem

Toda ve Yamamoto (1995) tarafından önerilen VAR yaklaşımında modifiyeli Wald testi değişkenler arasındaki nedenselliği araştırmaktadır. Görece yeni olan bu yaklaşım, nedensellik testi sırasında değişkenler arasında durağan olmama veya eş bütünleşme olasılığının önüne geçerek geleneksel Granger Nedensellik testinin sorunlarının üstesinden gelebilir. Toda ve Yamamoto (1995) bu yaklaşımı, değişkenler farklı bir sırada bütünleşik veya eş-bütünleşik olsalar bile, verilerin düzey değerlerinde formüle edilen VAR modelini tahmin etmek ve parametre matrislerindeki değişkenler arasındaki nedenselliği test etmek için önermektedir (Paul, 2020: 10). Yöntemin prosedürü, gelişigüzel bir düzende entegre edilmiş veya keyfi bir sırada eş-bütünleşmeye sahip durağan değişkenler için uygundur. Bu nedenle, uzun dönem nedensellik testi olarak da tanımlanabilir. Bunu yaparken, k mertebesinde bir VAR modeli, $(k + d)$ gecikme mertebesi ile tahmin edilir. Dolayısıyla durağan-dışı seriler arasında bir eşbütünleşme ilişkisini tespit için tahmin edilmesi gereken VEC(vektör hata düzeltme) modelinin tahminine ihtiyaç duyulmaz. Burada d , sistemdeki değişkenlerin azami entegrasyon sırasını temsil eder. Yöntemin usulü özetle aşağıdaki gibidir (Saliminezhad, 2020: 36,37):

- Birim kökü test(leri)ni çalıştırarak değişkenlerin azami entegrasyon mertebesi (d) bulunur.
- VAR modelinin en uygun gecikme uzunluğu (k) tespit edilir.
- Gecikmesi artırılmış(augmented) VAR($k+d$) modelinin tahmin edilir.
- Gecikmesi artırılmış(augmented) VAR($k+d$) modelinin değişen varyans(heteroskedatisite) ve çoklu doğrusal bağlantı(otokorelasyon) tanısallık testleri uygulanır.
- Gecikmesi artırılmış VAR($k+d$) modelinde tüm parametreler yerine ilk parametreler üzerinde bir Wald testi yapılır.⁴

³ Veri, aylık TÜFE kullanılarak reel hale getirilmiştir.

⁴ Toda-Yamamoto nedensellik testinin uygulanabilmesi için zaman serilerinin azami gecikme sayısı(d_{max}), VAR modelinin en uygun gecikme sayısını(k) geçmemelidir. Aksi halde test uygulanamaz.

C. Bulgular

i. Birim Kök Testleri

Toda-Yamamoto analizinde zaman serilerinin birim kök sınaması, serilerin azami entegrasyon(dmax.) mertebesinin tespiti için yapılır. Çalışmada Augmented Dickey – Fuller(Dickey, Fuller, 1979) (ADF) ve Phillips – Perron(Phillips, Perron, 1998) (PP) birim kök testleri kullanılmıştır. Birim kök test sonuçları Tablo 3 ve 4'ten incelenebilir.

Tablo 3: ADF Birim Kök Testi Sonuçları⁵

ADF BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI				
Test Denkleminin İçeriği →	Düzye I(0)		Birinci Fark I(1)	
	Sabitli	Trendli ve Sabitli	Sabitli	Trendli ve Sabitli
↓ Değişken				
AOFM	0.0674***	0.0930***	0.0041*	0.0191**
TOPLAM KREDİ	0.9969	0.9305	0.0000*	0.0000
REEL BÜTÇE HARC.	0.9978	0.9258	0.0000*	0.0000*
USD-TL KUR	0.9999	0.9966	0.0000*	0.0000*
SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ	0.7125	0.0085*	0.0000*	0.0000*
<i>Anamlılık Düzeyleri</i>	* % 1; ** % 5; *** % 10 anlamlılık düzeylerini ifade eder.			

Tablo 4: PP Birim Kök Testi Sonuçları⁶

PP BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI				
Test Denkleminin İçeriği →	Düzye I(0)		Birinci Fark I(1)	
	Sabitli	Trendli ve Sabitli	Sabitli	Trendli ve Sabitli
↓ Değişken				
AOFM	0.2540	0.4576	0.0000*	0.0000*
TOPLAM KREDİ	0.9932	0.9556	0.0000*	0.0000*
REEL BÜTÇE HARC.	0.0000*	0.0000*	0.0001*	0.0001*
USD-TL KUR	0.9999	0.9664	0.0000*	0.0000*
SANAYİ ÜRETİM ENDEKSİ	0.8610	0.0118*	0.0000*	0.0000*
<i>Anamlılık Düzeyleri</i>	* % 1; ** % 5; *** % 10 anlamlılık düzeylerini ifade eder.			

Birim kök testlerinin sonuçlarından görüleceği üzere çalışmada kullanılacak değişkenlerin tamamı, birinci farkları alındığında durağanlık koşulunu sağlamaktadır. Dolayısıyla değişkenlerin azami entegrasyon derecesinin [dmax.=I(1)] olduğu tespit edilmiştir. Sonrasında en uygun gecikme uzunluğunun tespiti için VAR modeli kullanılmıştır. Kısıtsız VAR modelinden hesaplanan gecikme uzunluğu Tablo 5'te verilmiştir.

⁵ Schwartz Bilgi Kriterine göre azami gecikme uzunluğu 13 alınmıştır.

⁶ Barlett kernel tahmin yöntemi ve Newey-West bant genişliği baz alınmıştır.

ii. Gecikme Uzunluğu

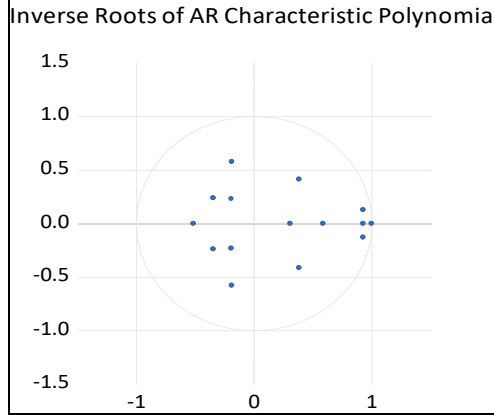
Tablo 5: Kısıtsız VAR Modelinden Hesaplanan Gecikme Uzunluğu Sonuçları

Gecikme	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-4.621.240	NA	0.010483	9.631422	9.764139	9.685087
1	115.0456	1082.937	1.19e-07	-1.753.517	-0.957214*	-1.431531*
2	141.8948	47.60889*	1.15e-07*	-1.791644*	-0.331757	-1.201.337
3	164.0400	36.98477	1.24e-07	-1.732.783	0.390690	-0.874154
4	182.0678	28.24974	1.45e-07	-1.589.026	1.198032	-0.462076
5	196.6682	21.37389	1.86e-07	-1.374.603	2.076041	0.020669
6	215.8712	26.13186	2.20e-07	-1.255.076	2.859153	0.408517
7	243.7725	35.09240	2.23e-07	-1.314.897	3.462917	0.617017
8	263.6976	23.00627	2.72e-07	-1.210.259	4.231140	0.989976

Tablo 5'ten de görüleceği üzere Akaike Bilgi Kriterinde(AIC), Son Tahmin Hatasında (FPE) ve sıralı LR test istatistiğinde en küçük değer iki (k=2) model için en uygun gecikme uzunluğunu işaret etmektedir. Dolayısıyla SUR yöntemiyle tahmin edilecek VAR modeli için toplam gecikme uzunluğu da 3 (k+ dmax.=2+1) olarak hesaplanmıştır.

Buradan hareketle VAR(k+d)[VAR(3)] modeli tahmin edilmiş, sonrasında modelin; Otoresif (AR) karakteristik polinom ters kök analizi(Şekil 9), çoklu doğrusal bağlantı (otokorelasyon-Tablo 6) ve değişen varyans (heteroskedastisite-Tablo 7) tanıl testleri yapılmıştır.

Şekil 9: AR karakteristik Polinom Ters Kök Analizi



Şekil 9'da AR karakteristik polinom ters kökleri birim çemberin üzerinde ya da dışında bulunmadığından kurulan VAR(3) modeli istikrarlı niteliğe sahiptir. Eğer zaman serisi modellerinde çoklu doğrusal bağlantı ve değişen varyans mevcutsa tahminciler yansızlık niteliği taşımayacak dolayısıyla da ilgili zaman serilerini içeren model etkin sonuçlar raporlamayacaktır. Bu doğrultuda VAR(3) modelinin hata terimlerine uygulanan Serisel Korelasyon LM Test sonuçları Tablo 6'ten incelendiğinde modelde otokorelasyon sorununun bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 6: Serisel Korelasyon(otokorelasyon) LM Test Sonuçları

H0: h gecikmesinde serisel korelasyon yoktur.						
Gecikme	LRE* istatistiği	df	Olasılık	Rao F- istatistiği	df	Olasılık
1	16.97491	25	0.8827	0.671771	(25, 287.5)	0.8830
2	24.82071	25	0.4725	0.995385	(25, 287.5)	0.4732
3	16.48093	25	0.8998	0.651679	(25, 287.5)	0.9000
4	32.28363	25	0.1500	1.311187	(25, 287.5)	0.1505

Zaman serilerinin analizinde değişen varyans(heteroskedastisite) sorunu da modelin yansızlığını ve etkinliğini etkilemektedir. Tablo 7’deki değişen varyans testinin sonuçlarına göre VAR(3) modelinin hata terimlerinde değişen varyans sorunu mevcut değildir.

Tablo 7: Heteroskedastisite(değişen varyans) Test Sonuçları

Joint Test		
Ki-kare	df	Olasılık
499.5768	450	0.0529

iii. Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi

Toda-Yamamoto nedensellik analizi için eşitlik (1) ve (2)’deki modeller görünürde ilişkisiz regresyon(seemingly unrelated regression; SUR) metodu ile tahmin edilir. Y_t ve X_t iki farklı seri; m en uygun gecikme uzunluğu; d_{max} en yüksek mertebeden durağanlık seviyesi olmak üzere (Büyükakın ve Demir, 2022: 6):

$$Y_t = \omega + \sum_{j=1}^m \alpha_{1j} X_{t-j} + \sum_{j=1}^m \beta_{1j} Y_{t-j} + \sum_{i=m+1}^{d_{max}} \theta_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{d_{max}} \delta_{1i} Y_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$X_t = \varphi + \sum_{j=1}^m \alpha_{2j} X_{t-j} + \sum_{j=1}^m \beta_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=m+1}^{d_{max}} \theta_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=m+1}^{d_{max}} \delta_{2i} Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

Eşitlik 1’de gösterilen Y_t modeli için H_0 ve H_1 hipotezi:

$H_0: \alpha_{1j} = 0, j = 1, 2, 3, \dots, m$ (X ’ ten Y değişkenine doğru nedensellik yoktur)

$H_1: \alpha_{1j} \neq 0, j = 1, 2, 3, \dots, m$ (X ’ ten Y değişkenine doğru nedensellik vardır.)

Eşitlik 2’de gösterilen X_t modeli için H_0 ve H_1 hipotezi:

$H_0: \beta_{2j} = 0, j = 1, 2, 3, \dots, m$ (Y ’ den X değişkenine doğru nedensellik yoktur)

$H_1: \beta_{2j} \neq 0, j = 1, 2, 3, \dots, m$ (X ’ ten Y değişkenine doğru nedensellik vardır.)

SUR metoduyla tahmin yapıldıktan sonra katsayıların 0’a eşit olup olmadıkları Wald testi ile sınanır. Hesaplanan χ^2 değeri $\chi^2_{(\alpha, m)}$ tablo değerinden büyük ise H_0 hipotezi reddedilir ve dolayısıyla nedensel ilişkinin mevcut olduğu kabul edilir. Eğer iki hipotez de reddedilirse çift yönlü nedensellik söz konusudur. Bu koşullar altında uygulanan Toda-Yamamoto nedensellik testinin sonuçları Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8’deki sonuçlara göre, analizin kapsadığı dönem içerisinde bankaların kullandığı toplam kredi miktarından⁷ ve TCMB ağırlıklı ortalama fonlama maliyetinden (AOFM), sanayi üretim endeksine doğru nedensellik

⁷ % 10 anlamlılık düzeyinde.

ilişkileri tespit edilmiştir. Başka bir deyişle ekonomide bankalarca kullanılan toplam kredi miktarının ve AOFM'nin sanayi üretim endeksi üzerinde etkisi olmuştur. Dolayısıyla tüketici(bireysel, konut, taşıt) ve KOBİ kredileri ile bu kredilerin bankalara ve son kullanıcıya olan maliyetlerinin önemli belirleyicilerinden biri olan AOFM, GSYH'nın aylık frekanstaki öncü göstergesi olan sanayi üretim endeksini etkilemektedir. Reel bütçe harcaması ve nominal USD/TL kurundan sanayi üretim endeksine doğru bir nedensellik tespit edilmemiştir. Öte yandan, kullanılan kredilerin bağımlı değişken olduğu tahmin modelinin sonuçlarına göre, reel bütçe harcamasından, USD/TL döviz kurundan ve AOFM'den; kullanılan krediye doğru nedensellik tespit edilmiştir. Dolayısıyla reel bütçe harcaması, nominal USD kuru ve AOFM değişkenlerinin krediler üzerinde etkisi mevcuttur.

Bağımlı değişkenin reel bütçe harcaması olduğu modelin tahmininde, bağımsız değişkenlerin hiçbiri reel bütçe harcaması değişkenini etkilememektedir. USD/TL döviz kurunun bağımlı değişken olduğu tahmin modelinde, kredi miktarından, reel bütçe harcamasından ve AOFM'den, döviz kuruna doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. İlave olarak sanayi üretim endeksiyle döviz kuru arasında ilişki mevcut değildir. Bu durum kredi miktarının, kamu harcamasının ve ağırlıklı ortalama faiz oranının, USD/TL döviz kuru üzerinde önemli bir etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Son olarak bağımlı değişkenin AOFM olduğu modelin tahmininde, USD/TL döviz kurunun ve reel bütçe harcamasının, AOFM'nin nedeni olduğu tespit edilmiştir. Bu model sonuçlarına göre USD/TL döviz kurunun ve kamu harcamasının faiz oranını etkilediği sonucuna varılmıştır.

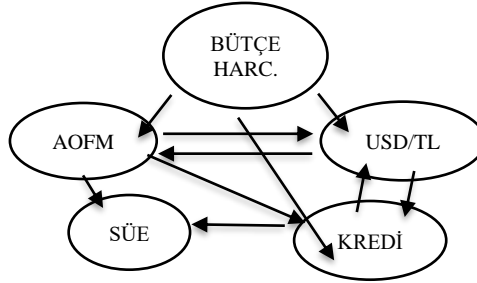
Tablo 8: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Boş Hipotez	Ki-kare	Prob.	Granger Nedenselliği
LNNOMKRDTOP; SUEEND'nin Granger nedeni değildir.	5.0405	0.08	<i>LNNOMKRDTOP</i> → <i>SUEEND</i>
LNRBUTHARC; SUEEND'nin Granger nedeni değildir.	3.6418	0.16	Granger nedenselliği mevcut değil.
NOMUSDTL; SUEEND'nin Granger nedeni değildir.	1.9587	0.37	Granger nedenselliği mevcut değil.
AOFM; SUEEND'nin Granger nedeni değildir.	8.1422	0.02	<i>AOFM</i> → <i>SUEEND</i>
SUEEND; LNNOMKRDTOP'ın Granger nedeni değildir.	0.7777	0.68	Granger nedenselliği mevcut değil.
LNRBUTHARC; LNNOMKRDTOP'ın Granger nedeni değildir.	10.1446	0.00	<i>LNRBUTHARC</i> → <i>LNNOMKRDTOP</i>
NOMUSDTL; LNNOMKRDTOP'ın Granger nedeni değildir.	5.5955	0.06	<i>NOMUSDTL</i> → <i>LNNOMKRDTOP</i>
AOFM; LNNOMKRDTOP'ın Granger nedeni değildir.	6.7815	0.03	<i>AOFM</i> → <i>LNNOMKRDTOP</i>
SUEEND; LNRBUTHARC'ın Granger nedeni değildir.	4.1442	0.12	Granger nedenselliği mevcut değil.
LNNOMKRDTOP; LNRBUTHARC'ın Granger nedeni değildir.	2.2066	0.33	Granger nedenselliği mevcut değil.
NOMUSDTL; LNRBUTHARC'ın Granger nedeni değildir.	0.4530	0.80	Granger nedenselliği mevcut değil.
AOFM; LNRBUTHARC'ın Granger nedeni değildir.	1.0988	0.58	Granger nedenselliği mevcut değil.

SUEEND; NOMUSDTL'nin Granger nedeni değildir.	2.6220	0.27	Granger nedenselliği mevcut değil.
LNNOMKRDTOP; NOMUSDTL'nin Granger nedeni değildir.	5.7535	0.06	<i>LNNOMKRDTOP</i> → <i>NOMUSDTL</i>
LNRBUTHARC; NOMUSDTL'nin Granger nedeni değildir.	9.7832	0.00	<i>LNRBUTHARC</i> → <i>NOMUSDTL</i>
AOFM; NOMUSDTL'nin n Granger nedeni değildir.	18.0097	0.00	<i>AOFM</i> → <i>NOMUSDTL</i>
SUEEND; AOFM'nin Granger nedeni değildir.	2.4988	0.29	Granger nedenselliği mevcut değil.
LNNOMKRDTOP; AOFM'nin Granger nedeni değildir.	1.7925	0.41	Granger nedenselliği mevcut değil.
NOMUSDTL; AOFM'nin Granger nedeni değildir.	8.0498	0.02	<i>NOMUSDTL</i> → <i>AOFM</i>
LNRBUTHARC; AOFM'nin Granger nedeni değildir.	6.2576	0.04	<i>LNRBUTHARC</i> → <i>AOFM</i>

Şekil 10'da Toda-Yamamoto nedensellik analizinin sonuçlarına göre çalışmaya konu olan tüm değişkenlerin aralarındaki nedensellik ilişkilerinin özeti yer almaktadır.

Şekil 10: Toda - Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları Özeti



SONUÇ

Bu çalışmada, Büyük Durgunluk sonrası TCMB para politikasının, parasal aktarım kanallarından biri olan kredi kanalı üzerinden GSYH'yı etkileyip etkilemediği araştırma sorusu olarak belirlenmiş ve analiz edilmiştir. Çalışmanın niceliksel analizinde, dışa açık bir ekonominin temel GSYH bileşenlerini içeren Keynesyen milli gelir eşitliği [$Y=C+I+G+(X-M)$] örnek alınmıştır.

Tablo 2'deki değişkenleri içeren ampirik model, Toda – Yamamoto nedensellik analiziyle tahmin edilmiştir. Analizin sonuçlarına göre kredi miktarı(tüketici+KOBİ) ve AOFM(faiz), sanayi üretim endeksini(GSYH) etkilemektedir. Bu doğrultuda ilgili dönemde kredi kanalı ve faiz oranı, GSYH'nin ve dolayısıyla büyüme oranının Granger nedenidir. Aynı modelin sonuçlarına göre, reel bütçe harcaması ve USD/TL kuru GSYH'yı etkilememektedir. Ancak reel bütçe harcaması, USD/TL kuru ve AOFM'den kredilere, Granger nedenselliği mevcuttur. Bu sonuçlara göre, ilgili dönemdeki TCMB para politikası, AOFM ve krediler üzerinden büyümeye etki etmişken; döviz kuru ve AOFM üzerinden de kredileri etkilemiştir. Krediler ve AOFM ile USD/TL kuru arasında çift yönlü Granger nedenselliği bulunması bu üç temel para politikası aktarım kanalının birbirini etkilediğini göstermektedir.

Büyüme ve refah artışı iktisat politikalarının temel hedefleridir. Ancak Türkiye gibi çoğu zaman sermaye kıtlığı çeken ve özellikle ithal mal ve hizmet tüketim eğiliminin yüksek olduğu ülkelerde; döviz girişi sonucu yerli para değerlenmesiyle düşen kredi maliyetleri aşırı kredi genişlemelerine yol açarak fiyat istikrarını, finansal istikrarı, döviz cinsi yükümlülükleri ve dolayısıyla dış ödemeler dengesini bozabilmektedir. Büyük Durgunluktan çıkış stratejisi kapsamında TCMB, 2010 yılının son çeyreğinde fiyat istikrarıyla birlikte finansal istikrarı da gözeticeğini açıklamıştır. Bulguların işaret ettiği AOFM, krediler ve USD/TL kuru arasındaki bu nedensellik örüntüsünden hareketle, TCMB'nin para politikasının aktarım kanallarını etkilediği görülmektedir.

Analizde kamu harcamasının etkilerini yakalayabilmek için modele dahil edilen reel bütçe harcamasından kredilere, AOFM'ye ve USD/TL döviz kuruna doğru Granger nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Buna göre, maliye politikası aracı olan kamu harcaması para politikası değişkenlerini ilgili dönemde etkilemiştir. Ancak kamu harcaması ile GSYH büyümesi arasında herhangi bir Granger nedenselliği tespit edilememiştir. Bu sonuç özellikle Keynesyen iktisat teorisiyle örüşmemektedir. Ancak kamu harcamalarının krediler, AOFM ve USD/TL kuru üzerinden GSYH'yi etkilemesi, bu dönemde para politikasının maliye politikasına göre daha baskın olduğunu ve doğrudan tespit edilmeyen etkinin dolaylı da olsa mevcut olduğunu ima etmektedir.

Faiz oranının ve toplam kredi miktarının sanayi üretim endeksine olan etkisi, Türkiye Ekonomisinde faiz oranının kredi maliyetlerine ve kredilerin de GSYH'ye etkisini göstermektedir. Kredi kanalının faiz oranıyla birlikte belirleyici olması Türkiye'de kredilerin parasal aktarım kanalı üzerinden büyümeye önemli katkı yaptığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma Türkiye ekonomisinde araçları ve hedefleri, yutiçindeki ve dış alemdeki koşullar dikkate alınarak belirlenmiş bir para politikası stratejisinin iktisadi aktiviteye yön verebileceğini ortaya koyması açısından, kapsadığı dönem için literatüre katkı sunmaktadır. Çalışma, çalışmanın kapsadığı dönemde ya da farklı zamanlarda uygulanmış ve kısmen sıradışı/deneyisel olarak nitelendirilebilecek para politikalarının, yeni çalışmalar üzerinden farklı kavramsal çerçeve(istihdam, fiyat düzeyi, dış denge gibi...) ve metodolojilerle incelenmesi için bir örnek teşkil edebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Yönetim ve Ekonomi Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Makalenin tamamı Yazar tarafından kaleme alınmıştır.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Alper, K. ve Kara, H., Yörükoğlu, M. (2012). Sermaye Akımlarının Etkilerini Yumuşatmaya Yönelik Yeni Bir Para Politikası Aracı: Rezerv Opsiyonu Mekanizması. *İktisat ve Toplum*, Sayı:25, 9 – 16.

- Altunbaş, Y., Binici, M., Gambacorta, L. (2017). Macroprudential Policy and Bank Risk. *BIS Working Papers*, No 646, 1-46. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2017.11.012>
- Aysan, A. F., Fendoğlu, S., Kılınc, M.(2014). Managing Short Term – Capital Flows in New Central Banking: Unconventional Monetary Policy Framework in Turkey. *CBRT Working Paper*, No: 14/03, 1 – 25. Doi: 10.1007/s40822-014-0001-6
- Başçı, E. ve Kara H. (2011). Finansal İstikrar ve Para Politikası. *İktisat, İşletme ve Finans*, 26 (302), 9 – 25. Doi: 10.3848/iif.2011.302.0925
- Binici, M., Kara, H., Özlü, P. (2016). Faiz Koridoru ve Banka Faizleri: Parasal Aktarım Mekanizmasına Dair Bazı Bulgular. *TCMB Çalışma Tebliği*, No: 16/08, 1- 36.
- Blot, C., vd.(2015). Assessing the Link Between Price and Financial Stability. *Journal of Financial Stability*, Vol.16, 71 – 88. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2014.12.003>
- Bozoklu, Ş. ve Yılanca, V. (2013). Finansal Gelişme ve İktisadi Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Gelişmekte Olan Ekonomiler İçin Analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 28, Sayı: 2, 161 – 187.
- Büyükakın, F. ve Demir, S. (2022). COVID-19 Sürecinin Türk Finansal Sistemine Yönelik Etkilerinin Toda-Yamamoto Yöntemi ile Analizi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:14, Sayı: 14, 388 - 396. Doi: <https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.1053192>
- Cerutti, E., Claessens, S., Laeven, L. (2017). The Use and Effectiveness of Macroprudential Policies: New Evidence. *Journal of Financial Stability*, Vol. 28, 203 – 224. Doi: 10.1016/j.jfs.2015.10.004
- Chow, H. K. (2004). A VAR Analysis of Singapore' s Monetary Transmission Mechanism. *Research Collection School of Economics*, 19, 1 – 26.
- Cengiz, V. ve Duman, M. (2008). Türkiye'de Banka Kredi Kanalı'nın Önemi Üzerine Etki Tepki Fonksiyonlarına Dayalı Bir Değerlendirme (1990 – 2006), *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2, 81 – 104.
- Dickey, D. A. ve Fuller, A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series With a Unit Root. *Journal Of The American Statistical Association*, Vol. 74, No: 366, 427 – 431. Doi: <https://doi.org/10.2307/2286348>
- Disyatat, P. ve Vongsinsirikul, P.(2003). Monetary Policy and the Transmission Mechanism in Thailand. *Journal of Asian Economics*, Vol. 14, 389 – 418. Doi: [https://doi.org/10.1016/S1049-0078\(03\)00034-4](https://doi.org/10.1016/S1049-0078(03)00034-4)
- Goodhart, C.A.E. (2013). The Potential Instruments of Monetary Policy. *Central Bank Review*, Vol.13, 1 – 15.
- Gregorio, J. D. (2012). Price and Financial Stability in Modern Central Banking. *Economia Journal*, Volume 13, Number 1, Issue Fall, 1 – 11.
- Hülsewig, O., Mayer, E., Wollmershauser, T. (2006). Bank Loan Supply and Monetary Policy Transmission in Germany: An Assessment Based on Matching Impulse Responses. *Journal of Banking and Finance*, Vol. 30, 2893 – 2910. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2005.12.001>
- Kahn, G. A. (2010). Monetary Policy Under a Corridor Operating Framework. *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Kansas City, Issue Q IV, 5 – 34.
- Kara, H. (2012). Küresel Kriz Sonrası Para Politikası. *İktisat İşletme ve Finans*. 27(315), 09 - 36.
- Kara, H. (2015). Faiz Koridoru ve Para Politikası Duruşu. *TCMB Ekonomi Notları*, No: 2015/13, 1 – 12.
- Kim, S. ve Mehrotra, A. (2017). Effects of Monetary Policy and Macro – Prudential Policies – Evidence from Inflation Targeting Economies in the Asia – Pasific Region and Potential Implications for China. *Bank of Finland Institute of Economies in Transition Discussion Papers*, (ed. Chief Zuzana Fungacova), No: 4, 4–27.
- Küçük, H. vd. (2016). Interest Rate Corridor, Liquidity Management and The Overnight Spread. *Contemporary Economy Policy*, Vol.34, No.4, 746 – 761.
- Küçüksaraç, D., Özel, Ö.(2012). Rezerv Opsiyonu Mekanizması ve Optimal Rezerv Opsiyonu Katsayılarının Hesaplanması. *TCMB Çalışma Tebliği*, No:12/32, 1 – 31. Doi: <https://doi.org/10.1111/coep.12165>

- Lopes, F. L. (1996). The transmission mechanism of monetary policy in a stabilising economy : notes on the case of Brazil 1. 1995, 65–72. <https://www.bis.org/publ/plcy03b.pdf>
- Magyar Nemzeti Bank.(2023). A Brief Review Of Macroprudential Policy? <https://www.mnb.hu/en/financial-stability/macprudential-policy/a-brief-review-of-macprudential-policy>. Erişim Tarihi: 13-03-2023.
- Meltzer, A. H.. (1995). Monetary, Credit and (Other) Transmission Processes: A Monetarist Perspective. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 49–72. <https://doi.org/10.1257/jep.9.4.49>
- Menna, L. ve Tobal, M. (2018). Financial and Price Stability in Emerging Markets: The Role of The Interest Rate. *Bank for International Settlements Working Paper*, No: 717, 1 – 76.
- Mishkin, F. S., The, S., Perspectives, E., Autumn, N., & Mishkin, F. S. (2016). " Symposium on the Monetary Transmission Mechanism Published by: American Economic Association Symposium on the Monetary Transmission Mechanism. 9(4), 3–10. <https://www.jstor.org/stable/2138387>
- Morsink, J. ve Bayoumi, T. (1999). A Peek Inside The Black Box: The Monetary Transmission Mechanism in Japan. *IMF Working Paper*, WP/ 99/ 137, 1 – 31.
- Oh, Junggun. 1999. Inflation Targeting, Monetary Transmission Mechanism and Policy Rules in Korea. *Economic Papers The Bank of Korea*. Vol.2, No.1, pp.102-148. <http://www.karyiuwong.com/confer/seoul02/papers/oh.pdf>
- Özatat, F. (2011). Merkez Bankasının Yeni Para Politikası: İki Hedef - Üç Ara Hedef – Üç Araç. *İktisat İşletme ve Finans*, 26(302), 2011, 27-43. Doi: 10.3848/iif.2011.302.2743
- Phillips, P. C. B. and Perron, P. (1998). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, Vol.75, No:2, 335 – 346. Doi: <https://doi.org/10.2307/2336182>
- Saliminezhad, A., (2020). Manufacturing environment and economic growth in South Africa: evidence from Fourier Toda - Yamamoto causality test. *Int. J. Business Environment*, Vol. 11, No. 1, 32 - 46. Doi: <https://doi.org/10.1504/IJBE.2020.105467>
- TCMB. (2009). 2010 Yılında Para ve Kur Politikası. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/64c78adc-6ffc-4fb6-904c-4429620f142c/Baskan_ParaPol10.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-64c78adc-6ffc-4fb6-904c-4429620f142c-m3fB7u5. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- TCMB. (2010). Para Politikası Çıkış Stratejisi. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e8bf3a3a-1e8b-4b04-8d86-79302af78641/CikisStratejisi+%281%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-e8bf3a3a-1e8b-4b04-8d86-79302af78641-m3fB7u5>. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- TCMB. (2010). Finansal İstikrar Raporu. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/cc28bdd8-a5b6-4403-ba4e-31d56b40df4a/Fir_TamMetin11.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-cc28bdd8-a5b6-4403-ba4e-31d56b40df4a-m3fBbSz. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- TCMB. (2011). Enflasyon Raporu 2011 – I. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/aebf52bf-8992-4a07-b5e6-c7c53b042924/enf-ocak2011.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-aebf52bf-8992-4a07-b5e6-c7c53b042924-m3fBaQI>. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- TCMB. (2015). Finansal İstikrar ve Türkiye’de Finansal İstikrar Gelişmeleri. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/dc3570d0-3eeb-4393-9c4d-75d7e066c5f2/TCMB_KITAPCIK_2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-dc3570d0-3eeb-4393-9c4d-75d7e066c5f2-m5lk2Kv. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- Toda, H. Y. and Yamamoto, T. (1995). Statistical Inferences In Vector Autoregressions With Possibly Integrated Processes. *Journal Of Econometrics*, 66, 225-250. Doi: [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(94\)01616-8](https://doi.org/10.1016/0304-4076(94)01616-8)
- Tovar, C. E., Escribano, M. G., Martin, M. V. (2012). Credit Growth and Effectiveness of Reserve Requirements and Other Macroprudential Instruments in Latin America. *IMF Working Paper*, No: 12/142, 2 – 28.

- Uttam, C. P. (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(MPRA)*, No: 104476, 1-22.
- Vasudevan, A. (2001). International Standards and Codes and Financial Stability. *Economic and Political Weekly*, Vol.36, No:20, 1733 – 1737.
- Vinals, J.,(2013). Key Aspects of Macroprudential Policy. *International Monetary Fund*, 1 – 61. <https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2013/061013b.pdf>. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- Yeşil, H.K., Özlü, P., Yüncüler, Ç. (2021). Decomposition of Bank Loans and Economic Activity in Turkey. *CBRT Working Paper*, No: 21/03, 1-50.
- Yılmaz, D. (2008). Küresel Mali Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri: Nasıl Başladı, Hangi Aşamadayız ?. *Başkanın Konuşmaları, TCMB*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Baskanin+Konusmalari/2008/>. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- Yılmaz, D. (2009). Küresel Kriz ve Merkez Bankası. *Başkanın Konuşmaları, TCMB*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Baskanin+Konusmalari/2009/>. Erişim Tarihi: 13-03-2023
- Yılmaz, D. (2010). TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu Sunumu. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/9ce4cf13-af7c-4a6b-bcac-893fa6d159dd/PlanButce_Ekim2010.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKS PACE-9ce4cf13-af7c-4a6b-bcac-893fa6d159dd-m3fC4ON. Erişim Tarihi: 13-03-2023

SUMMARY

The global spread effect of the Great Recession also shaped the monetary policies designed by central banks in response to the crisis. During the crisis period, which experienced some firsts in monetary policy applications, most central banks, including the Fed, used non-traditional policies and tools with macro-prudential characteristics. These tools aimed to minimize the harmful effects of the crisis on the monetary transmission channels and to bring macroeconomic variables to their equilibrium levels.

In modern monetary theory, the impact of changes in monetary policy on economic activity is examined within the framework of monetary transmission channels. According to the widely accepted literature, these channels are the traditional interest rate channel, the bank lending channel, the exchange rate channel, and the balance sheet channel. The impact of these channels on economic activity may vary depending on the economy. In developed economies where the financial system is relatively deep, the effects of transmission channels are more pronounced. In contrast, in developing economies where the financial system is relatively shallow, the effects of transmission channels may not be clearly observed. However, the bank lending channel is one of the most effective monetary transmission channels for most economies, especially for developing ones.

In developing economies, the savings rate is usually lower than in developed economies, so the amount of funds accumulated in the money markets is also low. In many of these economies, a shortage of resources required for investment may be observed. Especially during crisis periods, when the risk perception is at maximum levels, developing countries may face rapid capital outflows. These outflows may lead to a decrease in the amount of domestic funds and fluctuations in the value of the national currency. Additionally, foreign portfolio investment inflows represent a source of credit for domestic financial institutions. Therefore, capital outflows may also reduce the volume of credit in the lending markets. This contraction will also affect economic activity in developing economies with scarce resources.

In recovery periods after crises, the relatively decreased perception of risk and positive expectations can lead to accelerated capital flows to developing countries, depending on global economic activity. While this rapid flow, if in the form of short-term

portfolio investment, may appear beneficial, it can also contain significant risks depending on the current account balances of the economy and the policy choices of authorities. In this context, the zero lower bound interest rate policies and excessively loose monetary policies implemented by developed country central banks during the Great Recession have shown their consequences beyond the borders of these countries, particularly in developing country economies. These flows can increase foreign exchange supply domestically, making the national currency's value detached from its fundamentals. Under these conditions, with domestic interest rates falling, credit demand will increase, influenced by the suppressed consumption demand during the crisis. If credit demand and usage increase excessively, there is a risk of financial instability. To avoid harmful effects in money and credit markets flooded with liquidity after 2008, central banks in developing countries have designed policies that consider financial stability in addition to price stability based on their economies' fundamental dynamics and external conditions, using unconventional tools and macro-prudential policies that mainly aimed to prevent credit expansion from disrupting domestic macroeconomic balances.

This study analyzes the Central Bank of the Republic of Turkey's monetary policy between 2011M01 – 2019M09 using the Toda-Yamamoto causality method, using variables such as the industrial production index (GDP), total loans (consumer + SME), public budget expenditures, USD/TRY exchange rate, and weighted funding cost (AOFM). The findings indicate causality from the loan amount and AOFM to GDP during the relevant period. A bi-directional causality relationship exists between loans, AOFM, and the USD/TRY exchange rate. Additionally, a one-way causality was identified from public budget expenditures to loans, AOFM, and USD/TRY exchange rate.

The bi-directional Granger causality indicated by the findings between interest rates, loans, and exchange rates demonstrates that these three monetary transmission channels are effective in the Turkish economy. Furthermore, the one-way causality identified from public budget expenditures to interest rates, loans, and exchange rates shows that fiscal policy can also affect transmission channels.

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ YÖNETİM VE EKONOMİ DERGİSİ (YAZIM KURALLARI, ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI)

Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, kurulduğu 1995 yılından günümüze değin başta İktisat, İşletme ve Maliye olmak üzere Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri gibi çeşitli bilim alanlarında yayın hayatını sürdürmektedir.

“*Uluslararası hakemli dergi*” niteliğine sahip MCBÜ İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda dört kez yayınlanmaktadır.

Dergimiz, “*TRDizin*”, “*EconLit Veri Tabanı*”, “*EBSCO Veri Tabanı*”, “*Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS)*”, “*DOAJ Veri Tabanı*”, “*ProQuest*” ve “*SOBİAD*” veri tabanlarına kayıtlıdır. Editörlüğümüze gelen makaleler, bir ön incelemeden sonra Hakem Kurulu içerisinde konunun uzmanı olan iki, gerektiğinde üç hakemin değerlendirmesinden geçmektedir.

•Dergiye ancak başka bir yerde yayınlanmamış veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir.

•Dergi yönetim sistemi olan “**Dergipark**” üzerinden gerçekleştirilen değerlendirme süreci sonunda yazı yayına kabul edilirse, yazının tüm yayın hakları MCBÜ İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi’ne ait olacaktır.

•Dergimiz herhangi bir yayın ücreti talep etmemektedir.

•Derginin yayıncısı, editörü ve yayın kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek yayın etiği ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir (bknz: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/policy>)

Dergimizin bundan sonraki sayılarında yayınlanması arzu edilen çalışmaların aşağıda belirtilen yazım kurallarına ve diğer koşullara uygun bir şekilde editörlüğümüze ulaştırılması gerekmektedir.

•Başlık makaleyi betimleyici olmalı, makalenin esas konularını teşkil etmelidir. Türkçe ve İngilizce başlıklar mümkünse 12 kelimeyi aşmamalıdır. Yazının başlığı büyük harflerle **15 punto ve koyu** olarak yazılmalı; Özet yerine “**Öz**” kavramı kullanılmalıdır. Öz makalenin ana bölümlerinin her birinin kısa özetini içermeli, okuyucunun makaleyi bütünüyle okumaya karar vermesini sağlayacak bilgileri içermelidir. Öz, özet dahil tüm ana başlıklar **11 punto büyük harflerle**, alt başlıklar ise **küçük harflerle, koyu ve 11 punto** olarak yazılmalıdır. Sayfanın altında makalenin türü, yazarların kurumları, iletişim bilgileri ve ORCID bilgileri yer almalıdır.

•Dergimize gönderilecek makaleler Türkçe veya yabancı dilde (İngilizce, Fransızca veya Almanca) olabilir. Makalenin Türkçe ve İngilizce dilleriyle hazırlanmış en çok 100-250 kelimelik özetinin de eklenmesi gerekir (İngilizce ve Türkçe başlık da yer almalıdır). Ayrıca bu özetin altında, çalışmanın alanını tanımlayacak Türkçe ve İngilizce “anahtar sözcükler” (Key Words)” bulunmalıdır.

•Özet, makalenin **sonunda (İngilizce)** yer almalı, minimum 500 kelimedenden oluşmalı ve verilen bilgiler öz'e oranla daha geniş kapsamlı ifade edilmelidir. Araştırma metninde yer almayan herhangi bir bulgu veya sonuca yer verilmemelidir. Metin içindeki bilgilere referansta bulunulmamalıdır.

•Dergimiz Yıl:2009 Cilt:16 Sayı:1 den itibaren *Journal of Economic Literature (JEL) Kodu* uygulamasına geçmiş bulunmaktadır. Gönderilecek çalışmalarda yazarın JEL Kodlarını da belirtmesi gerekmektedir. Türkçe ve İngilizce özetlerin altında, anahtar kelimeler (en az 3 en çok 5 kelime) ile (JEL) kodu bulunmalıdır. JEL Kodlarının belirlenmesi ile ilgili internet başvuru adresine aşağıdaki bağlantıdan ulaşılmaktadır:

<http://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php>

•Yazılar **en:17 cm boy:24 cm** ebatlı kağıda aşağıdaki biçimde yazılmalıdır. Makale kaynakça dahil; Sayfa sayısı olarak **25 sayfayı**, kelime sayısı olarak da **8000 kelimeyi** geçmemelidir.

Üst : 2,8 cm Sol : 2,1 cm Alt : 1,3 cm Sağ : 2,1 cm

Karakter: Times New Roman 11 punto, **Tablolar:** 8 punto (Tablo Başlığı: 9 punto)

Satır Aralığı : 1.0

•Makale, Dergipark üzerinden gönderilmelidir. Ayrıca yazar/ lar tarafından imzalı "Yayın Devir Hakkı Formu" nun da taranarak Dergipark sistemine yüklenilmesi gerekmektedir.

•Yazıda yer alan konu başlıkları I,II,III, ... gibi Romen rakamlarıyla, alt başlıklar ise A,B,C, ...gibi büyük harflerle sıralanmalıdır. Makaleyi bölümlere ayırmada ondalık sistem kullanılmalıdır. Tablo ve şekillerin hazırlanmasında derginin boyutları ve genel dizayn dikkate alınmalıdır. Şekillere ve tablolara başlık ve sıra numarası verilmeli ve sayfaya ortalanmalıdır. Başlıklar tabloların üstünde şekillerin ise altında yer almalıdır. Denklemlere sıra numarası verilmelidir. Sıra numarası parantez içinde ve sayfanın en sağında bulunmalıdır.

•Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Derneği (American Psychological Association, **APA**) tarafından yayınlanan “ **The Publication manual of the American Psychological Association (6th edition), 2001** “ isimli kaynakta belirtilen yazım ilkelerine uygun bir biçimde yazılmalıdır. Apa'nın 6. Baskısı yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır. Bahsedilen kaynağa ilişkin internet adresi ; <http://www.apastyle.org/> , http://www.muhenberg.edu/library/reshelp/apa_example.pdf Kaynaklar latin alfabesi ile yazılmış olmalıdır.

•Dergilerin varsa **DOI** numaraları kaynağın sonuna eklenmelidir. Örneğin; *Silverson, B. E. (2011). Fundamental of Personal Initiative. Journal Of Management and Economics: General, 224, 202 – 253. Doi: 10.1037/0056-3245.134.2.248* Yoksa makaleye dair URL numaraları yazılır , <http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C22S12015/1- %2014.pdf>

• Klasik eserlerin (Adam Smith , Marx , Locke vb) özgün tarihleri biliniyorsa kaynağın sonunda şu şekilde verilmektedir :(Özgün eser 1882 tarihlidir)

• Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilmektedir. Örneğin;

Vasfi, E. (1998). *Hukuki Terimler*, Ankara: Vadi. Vasfi, L. (2007). *Hukuk Reformları Sürecinde Türkiye'nin İnsan Hakları Sorunu. İnsan Hakları Haberciliği*, (derl.) Sevda Alankuş, İstanbul: STE Vakfı.

• Kitap ve Raporların kaynakçada gösteriminde önce yayımlandığı yer ve sonra kitabevi, yayınevi adı “ kitabevi” “yayınevi” “yay” vb. **ekler** belirtilmeksizin verilir. Örneğin;

Ankara: Dost İstanbul: Nesa İstanbul: Sabancı Vakfı New York, NY: McGreen – Hill

• **Tek Yazarlı Kitap**

Ansel, N. (2006). *Sessiz Gün. İstanbul: Deki.* Carlsen, S. (2009). *Matrix: Ya da Sapkınlığın İki Yüzü. Bahadır Turan (Çev.). İstanbul: Encore.*

• **Çok Yazarlı Kitap** Abisel, N., Arslan, U.T., Behçetoğulları, P., Karadoğan, A., Öztürk, S.R. & Ulusay, N. (2005). *Çok Tuhaf Çok Tanıdık. İstanbul: Metis.*

• **Editörlü Kitap**

Katip, M. (Ed.) (2007). *Kamusal Fayda. Ankara: İmge.*

• **Editörlü Kitapta Bölüm**

AKYOL, B. (2004). *Saha Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. Kemal Özbek (Ed.), Kamusal Alan Dahilinde (s. 689-713). Ankara: Dost.*

• **Birden Çok Baskısı Olan Kitap**

Straight, W. Jr. & Walles, E. B. (2004). *The Elements of World(7. Baskı). New York: Longman.*

• **Sadece Elektronik Basılı Kitap** O'Keefe, E. (n.d.). *Egoism & the cnsts in Western values. erişim <http://www.onlineoriginals.com/showitem .asp litem I 135>*

• **Kitabın Elektronik Versiyonu**

Shelton, M. A (1989). *Magazine addiction? A study of Social Life [DX Reader version]. Retrieved from <http://www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index.asp>*

• **Elektronik Adresten Yararlanılan Kaynakta**

Kaynağın erişilebileceği URL verilir ,
<http://www.antraktsinema.com/makale.php?id=729>

• **Elektronik Makaleler**

Bulunması durumunda digital object identifier (DOI) numarası belirtilmelidir. Rousseau, S. C. (2009). *What is Freedom ?. Knowledge Management Research & Practice. Advance online publication. doi: 1 0.1 057/palgrave.kmrp.8500141*

• **Elektronik Gazate Makaleleri**

Seran, Ö. (2010, 21 Ocak). *Televizyon alışkanlıklarımız ve çocuklar.* www.hurriyet.com.tr

• **Daha Önceki Bir Baskının Yeni Basımı (Özellikle Klasik Eserlerde)**

Smith, A. (1976). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. E. Cannan (Ed.). Chicago: University of Chicago Press. (İlk baskı 1776). Metin İçinde Kullanımı :(Smith, 1776/1976)*

•**Kitaptan Çevrilmiş Bölüm**

Kaynakçada: Hengel, M. (1958). The Best Quality. T. Prast (Çev.). Chicago: Charles Scribner's Son. (İlk baskı. 1912-1917).

•**Rapor ve Teknik Makaleler** Özer, H. (2008). *Mediscape Turkey 2000* (Report No. 2). Ankara: SERAUM

•**Dergi Tek Yazarlı Makale**

Cenah, Y. (2009). Geçmişin Sosyolojik Baskısı: Tarihsel ve Toplumsal Akla Doğru. *Toplum ve Bilim*, 12, 202-240.

•**Dergi Çok Yazarlı Makale**

Bilken, F. S., Çelik, P. (1998). Müzakere Yöntemleri. *Kültür ve İletişim*, 2 (1), 397-414.

•**Yazarı Belirsiz Editör Yazıları**

Editorial: "What is a Chaos" [Editorial]. (2006). *Journal of Management and Business*, 25, 8-10.

•**Yazarı Belirsiz Gazete Ve Dergi Yazıları İçin**

Kaynakçada: Türkiye ve Rusya İlişkileri Ne Yönde: Bir Tarih, İki Devlet. (2003, 13 Aralık). *Hürriyet*, 36. **Metin İçinde :** (Türkiye Rusya İlişkileri Ne Yönde, 2003)

•**Yazarı Belli Gazete ve Dergi Yazıları**

Öymen, F. (2013, 29 Aralık). *Siyaset ve Ekonomi*. Milliyet, s.21.

•**Basılmamış Tezler , Poster Yazılar , Tebliğler**

Eğer Yök'den indirilmiş ise Url adresi kaynağın sonuna yazılmalıdır. *Erkan, F. (2012). Politika ve Yansıması: Mardin'de Sosyolojik Altyapı. (Yayımlanmamış doktora tezi). Celal Bayar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.*

•**Ansiklopediler**

Kaynakçada: Ottomans: History. (1997). *Encyclopaedia Britannica* içinde (12. Baskı. Cilt. 14, s. 1170- 1188). Chicago: *Encyclopaedia Britannica*. **Metin İçinde:** (Ottomans: History, 1987)

•**Sözlükler**

Kaynakçada: Hellmender. (208). *Political Dictionary* (11. Baskı). Los Angeles, Longman. **Metin İçinde:** (Helmmender, 2008)

•**Görüşme**

Şenay, YILDIZ. (2012).Rusya Ukrayna'ya Girerse Çekoslovakya Gibi Olur. Cengiz SAĞAN ile söyleşi. Akşam. 28 Temmuz 2003.Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.aksam.com.tr/roportaj/rusya-ukraynaya-girerse-cekoslovakya-gibi-olur/haber-289039>

•**Televizyon Programı**

Kaynakçada: Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein (Yapımcı), Simpsonlar içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox. **Metin İçinde Gösterimi:** (Simpsonlar, 2002)

•**Film Kaynakçada:** Micheal, K. (Yönetmen/Senaryo Yazarı).(2001).

Economist[Film]. U.S.: Warner Bros. **Metin İçinde Gösterimi:**
(Economist, 2001)

•**Fotoğraf**

Kaynakçada: Ara, Güler. (1987). Ankara Milli Parkı [Fotoğraf]. Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara. **Metin İçinde Gösterimi :** (Ara, 1987)

Makale yayınlama süreci şöyledir: -Makale; “Hakem Kurulu” içerisinde belirlenecek hakemlerin değerlendirme sürecinden geçtikten sonra, eğer varsa, düzeltmeleri yapması için yazara geri gönderilecektir. Yazar, hakem tarafından istenen düzeltmeleri yaptıktan sonra, makaleyi, yazının düzeltme istenilen nüshası ile birlikte geri göndermelidir.

Bu duyuruda belirtilen kurallara uyulmamasının tüm sorumluluğu yazar(lar)a aittir. Böyle bir durumda hakem değerlendirme raporuna bakılmaksızın Dergi Yayın Komisyonu ilgili makaleyi yayınlamama hakkını saklı tutar.

YAZIŞMA ADRESİ Prof. Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ (Yönetim ve Ekonomi Dergisi Editörü) Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Kampüsü 45140 Yunusemre-MANİSA- TÜRKİYE

E-posta: iibf-dergi@cbu.edu.tr

MANİSA CELAL BAYAR UNIVERSITY
THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE
SCIENCES JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

MCBU, Journal of Management and Economics (ISSN-1302-0064/E-ISSN- 2458-8253) is a bi-annual, international, multi-disciplinary and peer reviewed journal. Articles from a variety of social science disciplines like economics, business administration, international relations, political science and public administration have been published since 1995. Journal of Management and Economics is a referred international journal published four times a year, March, June, September and December. Manuscripts in Turkish, English, German, Russian and French are welcomed.

- Our journal does not charge any publication fee.
- The publisher, editor and editorial board of the journal don't accept the responsibility of the publication ethics violations that may arise with the opinions and thoughts expressed by the author/ authors. The responsibility of the articles in the journal belongs to the author/authors (For more information: <https://dergipark.org.tr/en/pub/yonveek/policy>)

Guidelines for Submitting Articles

- Manuscripts submitted to the journal will first be viewed by the Editorial Board then forwarded to the referees. In line with the evaluation of the referees, Editorial Board will make the final decision, either in favour or against publication, or return the manuscript back to the author for any revision required by the referees. Authors will be informed of the decision of the Editorial Board regarding publication in the shortest time possible. Manuscripts which are not published will not be returned back the authors.

- The article should begin with an indented and italicised summary (abstract) of around 100 words, which should describe the main arguments and conclusions of the article. Abstract should be accompanied by up to 5 key words or phrases that characterise the content of the article.

- **References should be in text in parenthesis and give the author's surname, year of publication and page number.** Footnotes should be preferred for any explanation. The required format is Microsoft Word for Windows. (at least version 6.0) Text should be typed single-spaced, in Times New Roman, font size 11. (Font size for Resources is 9). The whole article should not exceed 20 pages and the margins for a page should be as follows: Top 2,8 cm, Bottom 1,3 cm, Left 2,1 cm, Right 2,1 cm.

- At the end of the page, the type of the article, the institutions of the authors, contact information and ORCID information should be given. You can visit <https://dergipark.org.tr/tr/download/journal-file/23815> to review our publication ethics rules in more detail.

CONTACT INFORMATION Prof. Dr. Cuneyt Yenal KESBİÇ (*Editor of Journal of Management and Economics*) Manisa Celal Bayar University The Faculty of Economic and Administrative Sciences Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Kampüsü 45140 - Yunusemre MANİSA - TURKEY E-mail: iibf-dergi@cbu.edu.tr