



BAYBURT
ÜNİVERSİTESİ
ISSN 2618-6195

İŞLETME
EKONOMİ
VE YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI
DERGİSİ

2024 (2)

JOURNAL OF
BUSINESS
ECONOMICS AND
MANAGEMENT
RESEARCH



BAYBURT
UNIVERSITY

İŞLETME EKONOMİ VE YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS
AND MANAGEMENT RESEARCH

Amaç ve Kapsam

İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Bayburt Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesinin resmi dergisidir.

Aims and Scope

Derginin temel amacı, sosyal veya beşerî bilimlerde bilimsel çalışmaları yayınlamaktır.

Yayınlanmak üzere dergiye gelen çalışmalar araştırma ve derleme türünde makaleler olabilir.

Derginin kabul ettiği makalelerin içeriği ampirik olabileceği gibi istatistiksel ve matematiksel modele sahip teorik bir çalışma da olabilir.

Sosyal bilimler kapsamında veya bu perspektife sahip tüm alanlardan akademik çalışmalar memnuniyetle karşılanmaktadır.

İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi yılda iki kez (Ocak ve Temmuz) yayınlanan hakemli bir dergidir.

Dergide yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Makalelerin yayım hakkı İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisine aittir.

Yıl
Year
2024

Cilt
Volume
7


Sayı
Number
2

e-ISSN
2618-6195

İŞLETME EKONOMİ VE YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS
AND MANAGEMENT RESEARCH


Baş Editör Editor in Chief

Adnan KARA 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik

Alan Editörleri Section Editors

Ali Rıza AĞ 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, İşletme

Mehmet BULUT 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Maliye

Ramazan SAYAR 
Dr.Öğr.Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik

Eda AYVACIK 
Dr.Öğr.Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İşletme

İsmail DURSUNOĞLU 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Ümit YILDIZ 
Doç.Dr., Bayburt Üniversitesi, İktisat

Seyil NAJIMUDINOVA 
Yrd.Doç., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Dil Editörü Language Editor

Erdemalp ÖZDEN 
Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi, İktisat

İstatistik Editörü Statistics Editor

Kübra ELMALI 
Dr.Öğretim Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İşletme

Yönetim Yeri ve Yazışma Adresi / Address
Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dede Korkut Kampüsü 69100/ Bayburt/ Türkiye
Tel: 0458 211 11 73

Web Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/baybem>

Eposta: baybem@bayburt.edu.tr

e-ISSN: 2618-6195



YAYIN VE DANIŞMA KURULU

Prof.Dr. Adem DURSUN	Atatürk Ünv.
Prof. Dr. Tevfik DALGIÇ	University of Texas
Prof.Dr. Metin COŞKUN	Anadolu Ünv.
Prof.Dr. Mehmet CİHANGİR	Osmaniye K.A. Ünv.
Prof. Dr. Çetin Kaya KOÇ	Univertsity of California Santa Barbara
Prof.Dr. Yücel AYRIÇAY	Sütçü İmam Ünv.
Prof. Dr. Jeff JOIREMAN	Washington State University
Prof.Dr. Erdiñç ALTAY	İstanbul Ünv.
Prof.Dr. Reşat Karcıoğlu	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Fatih Coşkun Ertaz	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Bener GÜNGÖR	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Bekir ELMAS	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Ömer Selçuk EMSEN	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Tevfik Şükrü YAPRAKLI	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Ömer Faruk İŞCAN	Atatürk Ünv.
Prof.Dr. Gülüzar Kurt GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Yusuf GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ	Dokuz Eylül Ünv.
Prof.Dr. Nilgün KUTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Nevser Mine TÜKENMEZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Ferruh TUZCUOĐLU	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi Seil NAJİMUDİNOVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
Dr. Nurhoca AKBULAYEV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Öğr.Gör. Chau Thi Le DUYEN	Can Tho University
Öğr.Gör.Neriman HANAHMEDOV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi

TEŞEKKÜR

Bu dergi değerli hakemlerimizin katkılarıyla yayımlanmaktadır. İlgilerinden ve desteklerinden dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

BU SAYININ HAKEM KURULU

ÜNVANI	Hakemin Adı Soyadı	Üniversitesi
Doç.Dr.	Murat KOÇYİĞİT	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç.Dr.	Zekiye TOMERGENCER	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	İbrahim Halil POLAT	Hakkari Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	Yunus SAVAŞ	Bitlis Eren Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	Selçuk YALÇIN	Gümüşhane Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	Ömer Faruk OKTAR	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr.Öğr.Üyesi	Birsen ÖZALP	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Öğr.Gör.	Mehmet Serkan ÇALI	Artvin Çoruh Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALESİ

RESEARCH ARTICLE

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE GÖRE GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİNİN MARKA KİŞİLİĞİ

BRAND PERSONALITY OF UNIVERSITY OF GUMUSHANE ACCORDING TO UNIVERSITY STUDENTS

ERSİN DİKER, FATİH AKSOY, TUĞBA AYDOĞAN KILIÇ.....111-127

THE EFFECTS OF ENVIRONMENTAL TAXES ON CARBON EMISSIONS: A STUDY ON SELECT EU MEMBER STATES

ÇEVRE VERGİLERİNİN KARBON EMİSYONLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: SEÇİLMİŞ AB ÜYE ÜLKELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

BUKET AYDIN.....128 -138

TÜRKİYE'DE GELENEKSEL OLMAYAN PARA POLİTİKALARINA GEÇİŞ SONRASI BANKALARIN BİLANÇO DEĞİŞİMLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA: 2010 VE 2024 DÖNEMLERİNİN ENTROPİ VE CRITIC YÖNTEMLERİ İLE ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI

AN APPLICATION ON BANKS' BALANCE SHEET CHANGES AFTER THE TRANSITION TO NON-TRADITIONAL MONETARY POLICIES IN TURKEY: ANALYSIS AND COMPARISON OF 2010 AND 2024 PERIODS WITH ENTROPY AND CRITIC METHODS

TANER AKÇACI OKAN GÜLEÇ.....139- 158

ÖRGÜTSEL ADALET İLE İŞYERİ MANEVİYATI ARASINDAKİ İLİŞKİDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACI ROLÜ

THE MEDIATION ROLE OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL JUSTICE AND WORKPLACE SPIRITUALITY

AYÇA KAYA159- 177

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE GÖRE GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİNİN MARKA KİŞİLİĞİ

BRAND PERSONALITY OF UNIVERSITY OF GUMUSHANE ACCORDING TO UNIVERSITY STUDENTS

Ersin DİKER¹  Fatih AKSOY¹  Tuğba Aydoğan KILIÇ¹ 

Öz

Son yıllarda küreselleşen ekonomi sonucunda rekabet artmış ve farklılık yaratma gereksinimi doğmuştur. Marka kişiliği kavramı markaya kendi kategorisinde farklılaşma böylelikle diğerlerinden ayrışma olanağı tanımaktadır. Üniversiteler de çeşitli sebepler ile güçlü bir marka kişiliği oluşturmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu çalışmada Gümüşhane Üniversitesinde eğitim öğretim gören öğrencilerin Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğini nasıl algıladığını belirlemek amaçlanmaktadır. Öğrencilerin bazı demografik değişkenlere göre Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliği algısının nasıl olduğunun ve üniversite ile ilgili olası olumsuz marka kişiliği özelliklerini tespit ederek, bunları olumluya çevirecek önerilerde bulunmak çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma tekniklerinden biri olan anket kullanılmıştır. Ankette Türkiye’de marka kişiliğini belirlemek için kullanılabilir, Türk kültürü ve Türkçe’ye özgü kişilik özelliklerini ortaya koymak amacıyla Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmada elde edilen veriler, Gümüşhane Üniversitesinde eğitim öğretim gören 18 yaş üstü üniversite öğrencisi olan 487 kişiden basit rastlantısal örnekleme yoluyla çevrim içi anket kullanılarak toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre Gümüşhane Üniversitesi öğrencileri tarafından algılanan marka kişiliği, yaş ve yaşanan coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık yaratmamaktadır. Fakat marka kişiliğinin öğrenciler tarafından algılanmasında cinsiyet ve fakülte/yüksek okul durumu arasında belirgin varyasyonlar ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Kişiliği, Gümüşhane Üniversitesi

Abstract

As a result of the globalized economy in recent years, competition has increased and the need to make a difference has arisen. The concept of brand personality allows the brand to differentiate in its own category, thus distinguishing itself from others. Universities also need to create a strong brand personality for various reasons. In this study, it is aimed to determine how students studying at Gümüşhane University perceive the brand personality of Gümüşhane University. Determining how students perceive the brand personality of Gümüşhane University according to some demographic variables and possible negative brand personality characteristics related to the university, and making suggestions that will turn them into positive ones constitute the sub-objectives of the study. A questionnaire, which is one of the quantitative research techniques, was used in the research. In the survey, a scale developed by Aksoy and Özsoyer (2007) was used to identify Turkish culture and Turkish-specific personality adjectives that can be used to determine brand personality in Turkey. In this context, the data obtained in the research were collected using an online survey by simple random sampling from 487 university students over the age of 18 studying at Gümüşhane University. According to the research findings, the brand personality perceived by Gümüşhane University students does not create a significant difference according to age and geographical region. However, there are significant variations between gender and faculty/college status in the perception of brand personality by students.

Keywords: Brand, Brand Personality, Gümüşhane University

¹Doç.Dr., ersindiker@gumushane.edu.tr
Gümüşhane Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, 0000-0002-3973-0639

²Dr.Öğr. Üyesi,
fatih.aksoy@gumushane.edu.tr
Gümüşhane Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, 0000-0002-6114-0520

³Arş.Gör.Dr.,
tggeaydgn@gumushane.edu.tr
Gümüşhane Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, 0000- 0001- 8008-8820

Citation: Diker, E., Aksoy, F., Kılıç, T.A.
Üniversite Öğrencilerine Göre Gümüşhane
Üniversitesinin Marka Kişiliği, İşletme
Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları
Dergisi, (2024) 7(1):1-18, DOI:
<https://doi.org/10.33416/baybem>.

1. GİRİŞ

Küresel bir pazarın oluşması ve teknolojinin gelişimi ile birlikte ürün ve hizmet kalitesinin aynı olduğu, ürün ve hizmet fiyatlarının birbirine yakın olduğu, ürünlerin kolaylıkla taklit edilebildiği, ürün ve hizmet dağıtımının her yere mümkün olduğu bir ortam oluşmuştur. Kurumların bu ortamlarda rekabet edebilmek ve farklılık yaratabilmek için maddi unsurların yanı sıra soyut unsurları da ön plana çıkarması gerekmektedir. İşte kurumlar için farklılık yaratabilecek bir unsur da marka kişiliğidir.

Markaların sahip oldukları kişilik, iç ve dış paydaşların kuruma karşı tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Bu nedenle markaların güçlü ve olumlu kişiliğe sahip olması gerekmektedir. Bu durum kamu kurumları olan üniversiteler tarafından da dikkate alınmalıdır. Günümüzde ulusal ve uluslararası olmak üzere binlerce üniversitenin olduğu bir ortam bulunmaktadır. Üniversitelerin bu ortamda farklılık yaratıp rekabet edebilmesi için marka kişiliğini önemsemesi gerekmektedir. Çünkü güçlü ve olumlu kişiliğe sahip olan bir üniversitenin, nitelikli personel kazanma, temel hedef kitlesi olan öğrenciler tarafından daha fazla tercih edilme, iş sahasında itibarlı bir üniversite olarak görülme, mezunlarının daha kolay iş bulabilme, medya tarafından takip edilme, toplum tarafından saygı duyulan üniversite olabilme, çeşitli hibelerden ve fonlardan yararlanabilme olasılığı daha yüksek olabilmektedir.

Üniversitelerin yukarıda belirtilen imkanlara sahip olabilmesi için önemli bir unsur da güçlü bir kişilik oluşturmaları ve bunu sürdürdürebilmeleridir. Bu sebeple üniversitelerin mevcut marka kişiliğini tespit etmeleri için marka kişilik araştırmaları yapmaları gerekmektedir. Üniversitelerin marka kişilik araştırmaları; öğrenci, akademisyen ve kamuoyu gibi iç ve dış paydaşlara yönelik yapılmaktadır. Bu nedenle üniversitelerin bütün paydaşlarını kapsayacak şekilde sistemli bir marka kişiliği araştırması yapmalıdırlar. Aynı zamanda marka kişiliği düzenli olarak ölçülmesi gereken bir unsurdur. Çünkü kişilik sürekli değişen bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle üniversiteler güçlü ve olumlu bir marka kişiliğine sahip olmak istiyorsa öncelikle düzenli olarak marka kişiliklerini ölçümlmeli ve elde edilen verilere göre marka kişilik özelliklerini aynı diğer özel ve kamu kurumları gibi bir stratejik şekilde yönetmeleri gerekmektedir.

İlgili literatürde üniversitelerin marka kişiliği ile ilgili bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ise şu şekildedir:

Sung ve Yang (2008) tarafından hazırlanan çalışma, bir üniversitenin algılanan marka kişiliğinin, dış prestij ve itibarın öğrencilerin üniversiteye karşı destekleyici tutumları ile arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Çalışmanın sonuçları, dış prestij, itibar gibi marka kişiliğinin de öğrencilerin üniversiteye yönelik destekleyici tutumları üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermiştir.

Aysen ve arkadaşları (2012) tarafından hazırlanan çalışmada, öğrencilerin üniversite tercihlerinde etnosentrik eğilimlerin hangi düzeyde etkili olduğu ve üniversite marka kişiliği algısı ile etnosentrik eğilimler arasında bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Çalışma sonucuna göre, araştırmada yer alan özel ve devlet üniversitesi öğrenci öğrencileri tarafından algılanan marka kişiliklerinin birbirinden farklı olmadığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda etnosentrik eğilimlerin üniversite tercihlerini etkileme konusunda özel ve devlet üniversitesi öğrencileri arasında önemli düzeyde farklılık olmadığı ortaya koyulmuştur. Fakat öğrencilerdeki etnosentrik eğilimlerin, üniversitelere yönelik marka kişiliği algılarını etkilediği belirlenmiştir.

Doğanlı ve Bayrı (2012) çalışmalarında, üniversitenin marka kişiliğinin hangi faktörler ile tanımlandığını ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sonucuna göre üniversitenin marka kişiliğini, yetkinlik, heyecan verici olmak, geleneksellik ve erkeklik faktörleri oluşturmaktadır. Doğanlı ve Bayrı ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda, üniversitelerin kuruluşu sırasında marka kişiliğine karar verilmesi, marka kişilik özellikleri ile ilgili düzenli alan araştırılması yapılması, marka kişiliği oluşturmada hedef kitlenini demografik özelliklerinin dikkate alınması şeklinde bazı önerilere de yer vermişlerdir.

Opoku vd., (2012) çalışmalarında İsveç üniversitelerinin web siteleri üzerinden farklı marka kişilikleri iletilmediklerini keşfetmeye çalışmışlardır. Çalışmada bazı İsveç üniversitelerinin bilinçli ya da bilinçsiz olarak güçlü çevrimiçi marka kişilikleri yarattığı tespit edilmiştir. Bu üniversitelerin özellikle yetkinlik, gelişmişlik ya da samimiyet boyutları üzerinden iletişim kurdukları ortaya koyulmuştur. Bazı üniversitelerin ise, kendileri ile ilişkilendirilen yeni marka kişilikleri oluşturmaya çalıştığı; bazılarının da marka kişiliklerinin net ve açık şekilde iletmekte başarısız olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışmadan, üniversite web sitelerinin marka kişiliği oluşturma ya da var olan marka kişiliğini hedef kitle ve paydaşlara güçlü bir şekilde iletmeye yardımcı olduğu sonucu çıkarılabilir.

Marka kişiliği ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada ise, marka kişiliğinin öğrenci-üniversite ilişkisi, öğrenci bağlılığı ve üniversiteyi başkalarına tavsiye etme olasılıkları üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Alavijeh, Rezaee ve Hosseinabadi (2014) tarafından hazırlanan çalışmanın sonuçları, üniversite marka kişiliğinin öğrenci-üniversite

ilişkileri, öğrenci-üniversite bağlılığı ve öğrencilerin üniversiteyi başkalarına tavsiye etme olasılıkları ve akademik çalışmaya devam etme istekleri üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Üniversitelerin marka kişiliği ile ilgili hazırlanan bir başka çalışma Rauschnabel ve arkadaşları (2016) tarafından hazırlanmıştır. Çalışmada marka kişiliği ölçeği oluşturulmaya çalışılmıştır. Geliştirilen ve doğrulanan bu ölçek, prestij, samimiyet, çekicilik, canlılık, vicdanlılık ve kozmopolit olmak üzere altı boyuttan oluşmaktadır. Çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar, ölçeğin marka sevgisi, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve öğrencilerin mezun olduktan sonra da üniversitelerini destekleme amaçları ile güçlü bir biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Rutter vd., (2017), Birleşik Krallıkta yer alan üniversitelerin prospektüsü (tanıtım materyalleri- tanıtıcı broşür) aracılığıyla farklı marka kişiliklerinin yansıtılıp yansıtılmadığını araştırmayı amaçlamışlardır. Üniversitenin tanıtım materyallerinde yer alan bilgiler doğrultusunda marka kişilikleri analiz edilip karşılaştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, araştırmaya dahil olan tüm üniversitelerin marka kişiliği, kişilik boyutlarından olan 'samimiyet' boyutunda benzerlik göstermiştir. Üniversiteler arası farklılıklar ise 3 gruba ayrılarak belirtilmiştir. Birinci grupta yer alan üniversitelerin, 'sağlamlık'; ikinci grupta yer alanların, 'heyecan' ve üçüncü grupta yer alanların ise, 'yetkinlik' marka kişiliği boyutuna yakın olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışmaya göre, tanıtım materyalleri aracılığıyla iletilen mesajların marka kişiliğinin oluşmasında rolü olduğu söylenebilir.

Özeray (2022), dijital pazarlama stratejilerinin marka kişiliği oluşturmadaki rolü üzerine doktora tezi hazırlamıştır. Çalışmada temel amaç, dijital iletişim stratejilerinde kullanılan kişilik özelliklerinin neler olduğunu ve nasıl algılandığını ortaya koymaktır. Bu nedenle vakıf üniversiteleri tarafından yürütülen dijital pazarlama faaliyetlerinin uyumlu olup olmadığı, web sitelerinde yer alan kurumsal hedeflerin ve sosyal medya paylaşımlarının marka kişiliğini destekleyip desteklemediği analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda tanıtım filmleri, sosyal medya mecrası ve web sitelerindeki kurumsal hedeflerin verdiği mesajların uyumlu olmadığı ortaya konulmuştur.

Bu araştırmanın temel amacı, Gümüşhane Üniversitesinde eğitim-öğretim gören öğrencilerin Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğini nasıl algıladığını belirlemektir. Öte yandan araştırmanın alt amacı öğrencilerin bazı demografik değişkenlere göre Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliği algısının nasıl olduğunun ortaya konulmasıdır. Bu amaçla, Gümüşhane Üniversitesinde öğrenim gören ön lisans ve lisans öğrencileri tarafından üniversitenin algılanan marka kişiliği ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Örneklemi oluşturmak için, basit rastlantısal örnekleme yönteminin uygulandığı bu çalışmada, Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğini ölçümlemek için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği seçilmiştir. Verilerin analizi için SPSS veri analiz programı kullanılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Marka Kişiliği ve Boyutları

Her bireyi tanımlayan sabit kişilik özellikleri vardır; görünüşü, inançları veya olaylara göstermiş olduğu tepkiler bu kişilik özelliklerinin dışı vurulmasıdır. Markalar da bireyler gibi diğerlerinden farklı ve kendine özgü yönlerini açığa çıkarır. Markalar, tüketicilerin satın alma davranışı gerçekleşirken kişilik özelliklerinin önemli bir belirleyici olduğunun bilincinde hareket etmekte ve stratejiler geliştirmektedir. Başka bir deyişle her tüketici kendine yakın bulduğu markaya yönelmekte, bağ kurmaktadır bu nedenle markanın yarattığı kişilik, tüketicinin kendinden bir parça bulduğu ve diğer markalardan ayrıştığı bir noktada durmalıdır.

Literatürde marka kişiliği kavramının birçok tanımlaması yapılmıştır. Marka kelimesi etimolojik olarak Fransızca "marque" (ürün işareti) ile Almanca'daki "marc" (sınır/sınır çizgisi) kelimelerinden ortaya çıkmıştır. Marka kavramının kelime anlamı ele alındığında ortaya çıkış amacının belirli bir ürünün nerede üretildiği ya da kim tarafından yapıldığının gösterilmesi amacıyla işaretlenmesi olduğu anlaşılmaktadır (Taşkın & Akat, 2012: 4). "Bir firma veya grubun mal ve hizmetlerinin belirlenmesi, rakiplerin mal ve hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayan bir isim, terim, işaret, veya dizayn ya da bunların bileşimi" (www.ama.org) olarak tanımlanan marka, diğer markalardan ayrışan kimlik ve kişiliğe sahip olma gerekliliğinden hareketle marka kişiliği kavramı 1955 yılında Gardner ve Levy 'nin çalışmaları ile literatüre girmiştir. Bugün artan rekabet ile markalar, rakiplerinden ayrışmak, hedef kitlesi ile kurduğu bağı sürdürmek için önemli çabalar harcamaktadır. Bu çabalar arasında markanın kişiliğinin özgün bir şekilde oluşturulması ve iletişim stratejileri ile hedef kitlenin zihninde doğru konumlandırılması gerekmektedir. Bu noktada marka kişiliği kavramının literatürdeki tanımlamalarına bakmak gerekmektedir. Marka kişiliği:

- Kavramın geliştirilmesinde önemli bir yere sahip olan Aaker (1997) ise bu kavramı, "Marka kişiliği bir değer önerisi olarak tüketicinin kendini ifade etme ve kimlik ihtiyaçlarına yanıt verirken aynı zamanda markayla tüketici arasında bir bağ kurulmasını sağlamaktadır" şeklinde tanımlamıştır.

Marka kişiliği, tüketici ile markanın bağı kuvvetlendirmektedir ve onları tüketicinin kendisini marka ile özdeşleştirmesine imkan tanımaktadır. (Plummer, 1985: 27). Bunun bilincinde olan markalar, kişiliğin markayı istenilen şekilde yansıtması ve tüketiciye anlatılması için stratejiler geliştirmektedir. Marka ve tüketici arasında

ilişkinin ve oluşan bağın sağlamlığı markanın yarattığı ve yansıttığı kişilikle doğru orantılı olacaktır (Ar, 2004: 66) Tüm bireyler farklı kişiliğe sahiptir ve markalar da tıpkı insanlar gibi yarattıkları kişilikler ile birbirinden ayrışır (Kapferer ve Azoulay, 2003:144). Bir markanın kişiliği oluşturulurken üç faktör önem arz etmektedir (Ar, 2004: 65):

-Rakip Markalar: Markanın kişiliği oluşturulurken rakip markaların dikkatli bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Çünkü bir markanın rakiplerinden nasıl farklılaşacağı rakip analizi ile öğrenilmektedir. Fizibilite çalışması neticesinde belirlenen kişilik markayı rakiplerinden farklılaştırmakta ve öne geçirebilmektedir.

-Markanın Önceki Kişiliği: Marka bir lansman sürecinden geçmiyorsa yani yeni bir ürün yeni bir marka adıyla sunulmuyorsa geçmişten gelen bir karakteri ve birtakım kalıtsal özellikleri mutlaka mevcuttur. Markanın gerçekleştirmek istediği yeni kişilikte bu özellikler referans noktası olacaktır. Eğer markanın yeni bir ürünü pazara sunması söz konusu ise, bahsi geçen yeni ürünün belirli nitelikleri ve yararları marka kişiliğinin yaratılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

-Hedef Kitle: Marka kişiliğinde diğer faktörlere kıyasla en önemli faktör olarak kabul edilmektedir. Markanın ya da ürünün tüketici için ifade ettiği anlam ve tüketicinin marka veya ürün ile hangi duyguları, ihtiyaçları özdeşleştirdiği gözlenmelidir.

Yukarıda yer alan faktörler göz önüne alınarak yaratılan kişilik ile marka, tüketicinin zihninde “kim” olarak konumlanacağını belirlemiş olacaktır. Tüketiciler bazen kendi kişiliklerini yansıtan markaları tercih etmekte bazen de markalar aracılığıyla bürünmek istedikleri kişilikleri yansıtan markalara yönelmektedir. Böylelikle satın alma davranışı ile markalar tüketicilerin kişiliklerini sunmak için bir araç kabul edilmektedir. “Bu durum özellikle toplumsal kullanımı olan ürün kategorilerinde, tüketicilerin sembolik anlam yüklediği markalarda karşılığını bulabilmektedir. Örneğin, Mercedes-Benz marka lüks bir araba satın alan bir tüketici bu markaya toplum tarafından yüklenen sembolik anlamı kendi kişiliğini sunmak için bir araç olarak kullanabilmektedir” (Boyacı, 2019: 75). Sonuç olarak marka kişiliği, tüketicinin kendini ifade etme, çevresine kim olduğunu yansıtırma aracıdır.

Marka kişiliğinin tıpkı insan kişiliği gibi kendine özgü ve diğerlerinden farklı olan yönlerinin ön plana çıkarıldığı literatürde yer alan tanımlamalarda görülmektedir. Marka kişiliği boyutlarının temeli de psikolojide “Big Five” olarak adlandırılan kişiliği açıklamak ve analiz etmek amacıyla kullanılan kurama dayanmaktadır (1990) yaptığı çalışmalarla kişiliğin beş farklı boyutunu kısaca OCEAN olarak adlandırmıştır:

O: Entelektüellik ve hayalperestlik

C: Güvenilirlik, düzen ve dürüstlük

E: Neşe, sosyallik ve dışa dönüklük

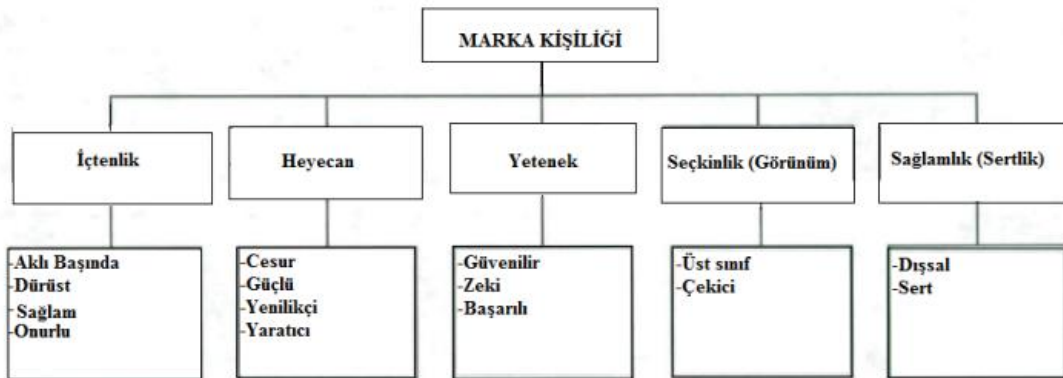
A: Güven, uyumluluk ve tevazu

N: Asabiyet ve düzensizlik

Bu kuramda yer alan beş boyut marka kişiliğinin ölçümüne de temel oluşturmuştur. Marka kişiliği ölçeğine tüketicilerin markaya yönelik pozitif veya negatif tutumlarını ölçme çabalarında başvurulmaktadır ve bu ölçek marka ile tüketici tercihlerini güdüleyen insan karakterleri arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır (Özçelik & Torlak, 2011: 363). Aaker 1997 yılında yayımlanan “Dimensions of Brand Personality” adlı kitapta “Big Five” kuramını temel alarak marka kişilik boyutlarını literatüre kazandırmıştır. Aaker (1997), kuramı marka ekseninde yorumlamış ve ana boyutlarda farklılaşmaya giderek marka kişilik boyutlarını ortaya çıkarmıştır.

Şekil 1.

Aaker’ın Marka Kişiliği Boyutları



Kaynak: (Aaker, 1997:352)

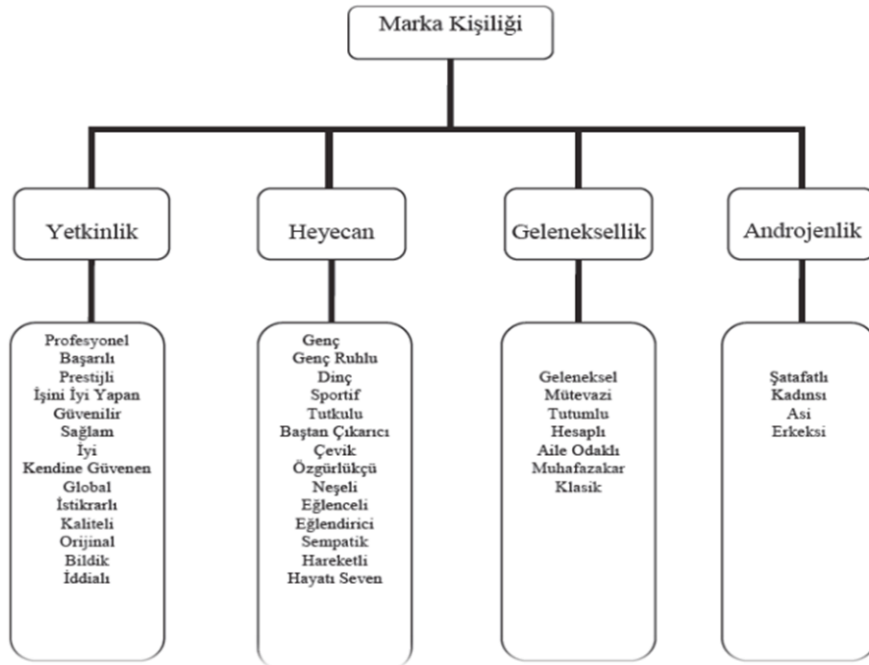
Aaker, psikolojideki kişilik ölçeklerinden, pazarlamacılar tarafından geliştirmiş marka kişilik ölçeklerinden ve kalitatif araştırmalardan oluşturduğu 309 kişilik özelliğini 114'e düşürmüştür. Çalışma ilerledikçe ortaya koyulan dört kategoride otuz yedi adet marka belirlenmiş ve seçilen markaların kişilik özelliklerini belirleyebilmek amacıyla katılımcılardan (n=631) ilk aşamada belirlenen 114 adet kişilik özelliğini kümeler halinde ilgili markalarla ilişkilendirmesi istenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan veriler faktör analizi uygulanarak değerlendirilmiştir ve markaların kişiliği boyutları beş ana başlık altında toplamıştır (Aaker, 1997: 349-350). Bu boyutlar; "samimiyet, coşku (heyecan vericilik), uсталık, seçkinlik(görünüm), sağlamlık (sertlik)" şeklindedir.

Aaker'ın geliştirdiği ölçek, "markanın genel olarak sembolik kullanımı ile belirli bir ürün grubu için sembolik kullanımları arasında karşılaştırma olanağı sağlamaktadır. Ayrıca farklı ürün segmentleri için genellemeye de imkân tanımaktadır" (Yener, 2013). Aaker'ın ölçeğinde markalar birden fazla boyutun özelliklerini taşıyabilmektedir. Örneğin bir marka hem cesur hem de çekici olabilmektedir.

Aaker'ın marka kişiliği boyutları ölçeği literatürde önemli bir yere sahiptir ve daha sonra geliştirilen marka kişiliği ölçeklerine öncü olmuştur. Seren ve Altıntaş (2023)'in çalışmasında marka kişiliği ölçekleri ihtiyaçlara göre boyutlar ve alt boyutlar olarak küçük değişikliklere uğrasa da genel olarak benzer marka kişiliği boyutlarının üzerinde çalışmışlardır.

Şekil 2.

Türkiye'de Marka Kişiliğinin Boyutları



Kaynak: (Aksoy ve Özsoyer: 2007).

Aksoy ve Özsoyer (2007:1) tarafından Türkiye'de 1200 kişilik örneklem üzerinde yapılan araştırma ile "yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik" şeklinde dört boyut ortaya çıkarılmıştır ve boyutlar içerisinde 39 sıfat tanımlanmıştır.

2.2. Üniversitelerde Marka Kişiliği

Son dönemlerde eğitim sektörünün bir endüstri gibi işlemeye başladığı belirtilmektedir (Gumport, 2000: 68). Bu nedenle şirketler, kurumlar ve kuruluşlar gibi üniversitelerin de varlıklarını sürdürmek ve fark yaratmak için marka oluşturmaları ve markayı yönetmeleri gerekmektedir. Çünkü küresel ortamda şirketler, kurumlar ve kuruluşlar gibi üniversiteler de yoğun bir rekabet içerisinde. Üniversitelerin rekabet ettiği ortamda, Dünya'da 31907 (Ranking Web Of Universities, 2021), Türkiye'de ise 208 (YÖK, 2023) üniversitenin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla üniversitelerin, hem uluslararası hem de ulusal düzeyde artan rekabet ortamında birçok avantaj sağlamak için markalaşması ve bu markaların kurumsal bir şekilde yönetilme süreci üniversiteler için önemli bir gündem maddesi olmaktadır. Çünkü, Waeraas ve Solbakk'ın da (2009: 449) ifade ettiği gibi, bir üniversitenin ne "olduğunu", "neyi temsil ettiğini" ve ne için bilineceğini, nasıl algılanacağını tanımlaması gerekmektedir. (Waeraas & Solbakk, 2009: 449.) Bu tanımlamaya yardımcı olacak önemli marka unsurlarından biri marka kişiliği olmaktadır.

Üniversitelerin marka kişiliğine ihtiyaç duymasının nedenlerinden birisi de iç ve dış paydaşlar ile güçlü duygusal bağ oluşturmalarıdır. Duesterhaus ve Duesterhaus (2014)'ın yapmış oldukları çalışmadan elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin potansiyel bir üniversiteyi değerlendirirken güvendikleri duygusal özellikler önem taşımaktadır. Dolayısıyla marka kişiliği, üniversitelerin hedef kitlesine aktarmak istediği duygusal özellikler açısından önem arz etmektedir. Aynı zamanda marka kişiliği öğrencilerin aidiyet duygusunun güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Blackston, 1993'ten akt. Rauschnabel ve diğerleri, 2015: 3077). Bunun yanı sıra üniversitelerin ihtiyaç duyduğu ya da var olan marka kişiliği, üniversiteyi rakiplerinden ayırmayı ve fark yaratmayı sağlamaktadır (Watkins & Gonzenbach, 2013: 16). Bir başka neden ise marka kişiliğinin, öğrencilerin üniversite tercih karar aşamasına yardımcı olmasıdır (Opoku, Hultman & Saheli-Sangari, 2008: 126).

Marka kişiliği, üniversiteler paydaşlarına ve kamuoyuna kendilerini anlatırken hikayenin karakterini oluşturan önemli bir marka unsurudur. Çünkü insani özelliklerden oluşturulan bir üniversite marka karakteri, üniversitelerin kendilerini binlerce rakiplerinin yer aldığı ortamda farklılaştıracak güçlü ve benzersiz markalar yaratılmasına yardımcı olacaktır (Watkins & Gonzenbach, 2013: 16). Güçlü bir üniversite markasının ise, marka sadakatini, marka değerini, marka imajını, marka itibarını, marka aidiyetini olumlu yönde etkilemesi mümkündür. Tüm bilgiler doğrultusunda, üniversitelerin farklı olmak, farkındalık yaratmak, bilinirliğini arttırmak, daha rekabetçi ve benzersiz olmak için net bir marka kişiliği oluşturmalarının kaçınılmaz bir hal aldığıni söylemek mümkündür.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın ana amacı, Gümüşhane Üniversitesinde eğitim öğretim gören öğrencilerin Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğini nasıl algıladığını belirlemektir. Öte yandan araştırmanın alt amacı ise öğrencilerin bazı demografik değişkenlere göre Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliği algısının nasıl olduğunun ortaya konulmasıdır. Çalışmanın bir diğer alt amacı ise, üniversite ile ilgili olası olumsuz marka kişiliği özelliklerini tespit ederek, bunları olumluya çevirecek önerilerde bulunmaktır. Bu amaca ulaşabilmek için çalışmada anketten yararlanılmıştır. Bu bağlamda çalışmada elde edilen veriler, Gümüşhane Üniversitesinde eğitim öğretim gören 18 yaş üstü üniversite öğrencisi olan 487 kişiden basit rastlantısal örnekleme yoluyla çevrim içi anket kullanılarak toplanmıştır. Araştırmaya geçmeden önce, anket formundaki ifadelerin anlaşılabilirliğini belirlemek için, anlaşılmayan ifadelerin ise anket formundan çıkarılması amacıyla, 50 katılımcı üzerinde bir ön test yapılmıştır. Ön testin ardından, son haline getirilen çevrimiçi anket formu, sosyal medya platformları üzerinden "Google Formlar" kullanılarak oluşturulan bir bağlantı linki aracılığıyla toplanmıştır. Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; öğrencilerin cinsiyet, yaş, fakülte/yüksekokul ve yaşadıkları coğrafi bölge gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde, Türkiye'de marka kişiliğini belirlemek için kullanılacak, Türk kültürü ve Türkçe'ye özgü kişilik sıfatlarını ortaya koymak amacıyla Aksoy ve Özsoyer (2007) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek 39 madden ve 4 faktörden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci faktörü "Yetkinlik" 14 maddeden oluşmaktadır. İkinci faktör "Heyecan" 14 maddeden oluşmaktadır. Üçüncü faktör "Geleneksellik" 7 maddeden, ölçeğin dördüncü faktörü "Androjenlik" ise 4 madden oluşmaktadır. Faktörlerin güvenilirlik analizlerine bakıldığında bulunan dört boyutun her biri için Cronbach's Alpha 0,90 üzerinde olduğu görülmektedir (Yetkinlik=0,97, Heyecan=0,98, Geleneksellik=0,98 ve Androjenlik=0,96).

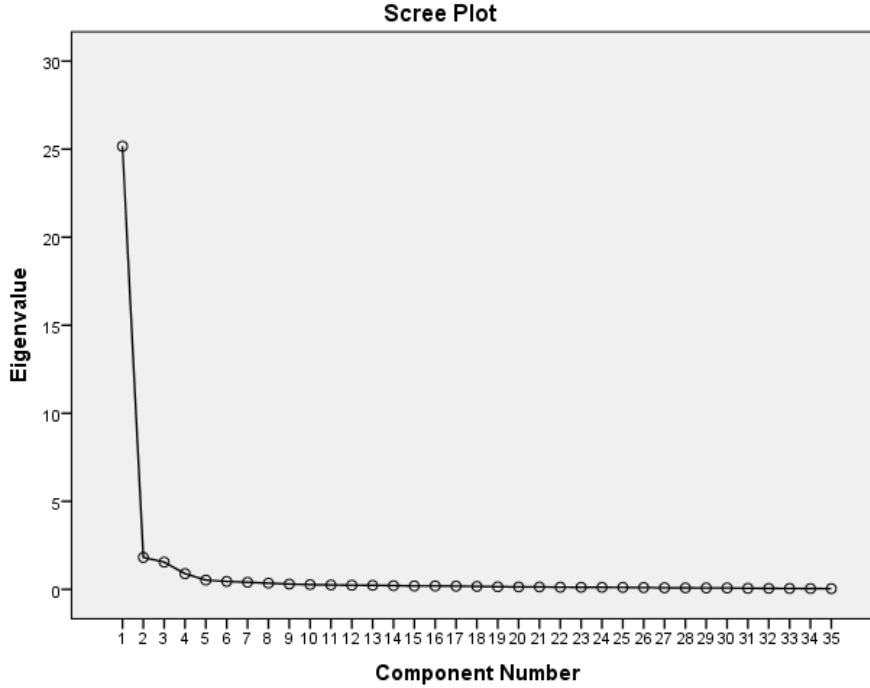
Marka kişiliği ölçeğinde yer alan, marka kişiliğine yönelik 39 maddeye bağlı olarak elde edilen veriler Açıklayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuştur. Bu analiz sonucunda; ölçeğin orijinalinde yer alan Mütevazi, Tutumlu, Hesaplı ve Baştan Çıkartıcı ifadelerinin faktör yükleri 0,60'ın altında veya binişik olduğu için analiz dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 35 ifade ile analizlere devam edilmiştir. Sonuç olarak kalan 35 madde ile 4 faktör (Yetkinlik, Heyecan, Geleneksellik ve Androjenlik) elde edilmiştir. Elde edilen faktörlerin öz değerinin 1'den büyük olması beklenir. Bu analizde Androjenlik faktörünün öz değeri yaklaşık olarak ,90'dır. 1'e yakın bir değer bulunmuştur. Literatürde faktör sayılarının scree plot grafiğindeki eğrinin düzleşmeye başladığı noktadan belirlendiğine dair yaklaşımlar da bulunmaktadır (Zhang ve Luo, 2019: 248). Şekil 3.'teki Scree Plot grafiğine bakıldığında düzleşmenin 4. Faktörden itibaren başladığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmada 4 faktörde analizlere tabi tutulmaktadır.

Bu 4 faktörün açıkladıkları toplam varyans %84,053'tür. Açıklanan varyans oranının %60'dan daha az olmaması beklenmektedir. Ancak bazı araştırmacılara göre asgari varyans açıklama oranı %50'dir (Altunışık vd., 2010: 273). Bartlett testine göre faktör analizine tabi tutulan değişkenler ile faktör arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p=,000$). KMO (Örnekleme Yeterlilik Testi)=, 980 olarak gerçekleştiğinden bu değer oldukça iyi bir düzeyde olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre faktörlerin yapı geçerliliğinin de sağlandığını söylemek mümkündür. Faktör analizi sonuçlarına göre maksimum ağırlık düzeyi:,799 minimum ağırlık düzeyi ise ,641'dir. Öte yandan yapılan güvenilirlik analizine göre Marka Kişiliği ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ,989'dur. Böylece ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir. Ölçekteki alt boyutların güvenilirlik analizleri de yüksek

dercede güvenilir olarak tespit edilmiştir. Yetkinlik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,983 ve açıklanan varyans oranı da %30,890'dır. Heyecan faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,985 ve açıklanan varyans oranı %28,576'dır. Geleneksellik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,945 açıklanan varyans oranı ise %12,701'dir. Androjenlik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,902 iken açıklanan varyans oranı ise %11,885'dir.

Şekil 3.

Scree Plot Grafiği



Ölçekteki marka kişiliğini ölçen ifadeler, katılımcıların Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğine ilişkin ifadelerle nasıl tepki verdiklerini ortaya koymaktadır. Genel olarak, katılımcılar marka kişiliği ifadelerine kararsız bir eğilim göstermiştir. En olumlu yanıt verilen ifadeler ise “Güvenilir” ve “İyi” olmuştur. En az katılım gösterilen ifadeler ise “Kadınsı” ve “Şatafatlı”dır. Alt boyutlara bakıldığında, en çok olumlu algılanan boyut “Geleneksellik” iken en az katılım gösterilen boyut “Androjenlik”tir. Yetkinlik boyutunda, katılımcıların en çok “Güvenilir” ifadesine, en az ise “Global” ifadesine katıldıkları belirlenmiştir. Heyecan boyutunda, en çok “Genç” ifadesine, en az ise “Eğlendirici” ifadesine katılım olduğu görülmüştür. Geleneksellik boyutunda, en çok “Muhafazakar” ifadesine, en az ise “Klasik” ifadesine katılım gözlenmiştir. Androjenlik boyutunda, en çok “Asi” ifadesine, en az ise “Kadınsı” ve “Şatafatlı” ifadelerine katılım olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma zamanı bakımından kesitsel bir araştırmadır. Bu tür bir araştırmada, veriler tek bir zaman noktasında toplanır ve elde edilen sonuçlar yalnızca bu noktada geçerlidir. Bu nedenle, bu çalışmada elde edilen sonuçların genellenebilirliği ve dışsal geçerliği sınırlıdır. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise, araştırmaya Gümüşhane Üniversitesi merkez kampüsünde yer alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin katılmasıdır. İlçelerde yer alan öğrenciler ve lisansüstü öğrenciler araştırmaya dahil edilmemiştir. Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesindeki öğrenci sayısı diğer fakülte ve yüksekokulların öğrenci sayısından çok az olduğundan araştırmaya dahil edilmemiştir.

Bu araştırmada yanıtı aranan araştırma soruları şu şekildedir:

1. Gümüşhane Üniversitesinin algılanan marka kişiliği boyutları nasıldır?
2. Gümüşhane Üniversitesinin algılanan marka kişiliği boyutları öğrencilerin bazı demografik değişkenlerine göre farklılık göstermekte midir?

Araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarına bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında değer aldığı için verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılmıştır (George & Mallery, 2010). Böylece araştırmada, parametrik testler kullanılmıştır.

Araştırmada katılımcıların demografik özelliklerini ölçmek amacıyla yüzde ve frekans analizleri yapılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre üniversite marka kişiliği arasındaki farklılıkların için Bağımsız

Örnekleme T-testi ve ANOVA analizleri kullanılmıştır. İki bağımsız değişken arasındaki farklılıkların tespit edilmesi için kullanılan Bağımsız Örneklem T-testi parametrik bir testtir. ANOVA analizi ise, üç veya daha fazla grup arasındaki farklılıkları tespit edilmesi için kullanılan bir parametrik testtir. ANOVA analizi, gruplar arasındaki farklılıkları ve gruplar içindeki değişkenliği ölçmekte kullanılmaktadır. Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığı belirlenmesi için çoklu karşılaştırma testlerinden LSD post hoc testi kullanılmıştır.

Etik Beyanı: Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 11/06/2020 tarihli 2020/06 sayılı kararı ile Etik Kurul onayı alınmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Katılımcıların cinsiyet, yaş, fakülte/yüksekokul ve yaşadıkları coğrafi bölge durumunu ifade eden bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Dağılımı

Katılımcıların Genel Görünümü (N = 487)			
		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	271	55,6
	Erkek	216	44,4
Yaş	18-20	189	38,8
	21-23	236	48,5
	24-26	43	8,8
	27 ve üstü	19	3,9
Fakülte/Yüksekokul	İletişim Fakültesi	120	24,6
	İlahiyat Fakültesi	58	11,9
	BESYO	80	16,4
	İİBF	38	7,8
	GMYO	15	3,1
	SHMYO	59	12,1
	SBF	19	3,9
	SOSBMYO	11	2,3
	Edebiyat Fakültesi	75	15,4
Turizm Fakültesi	12	2,5	
Coğrafi Bölge	Karadeniz	214	43,9
	Doğu Anadolu	57	11,7
	Güneydoğu Anadolu	52	10,7
	İç Anadolu	53	10,9
	Ege	15	3,1
	Akdeniz	43	8,8
	Marmara	53	10,9

BESYO: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

İİBF: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

GMYO: Gümüşhane Meslek Yüksekokulu

SHMYO: Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

SBF: Sağlık Bilimleri Fakültesi

SOSBMYO: Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Tablo 1.'e göre, araştırmaya katılanların %55,6'sı kadın ve %44,4'ü erkek öğrencilerdir. %48,5'i 21-23 yaş aralığında iken, %38,8'i 18-20 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalaması 22'dir. Araştırmaya katılanların eğitim öğrendikleri fakülte/yüksekokul durumlarına bakıldığında ise, %24,6'sı

İletişim Fakültesi, %16,4'ü BESYO ve %15,4'ü Edebiyat Fakültesi öğrencisi olduğu görülmektedir. Daha sonra sırasıyla SHMYO ve İlahiyat Fakültesi öğrencileri yer almaktadır. Öğrencilerin %43,9'u Karadeniz, %11,7'si Doğu Anadolu, %10,9'u İç Anadolu, %10,9'u Marmara, %8,8 Akdeniz bölgesinde yaşamaktadırlar. %3,1'ise Ege bölgesinde yaşamaktadır.

Tablo 2
Normallik Testi Sonuçları

	Ölçeğin Tümü	Yetkinlik	Heyecan	Geleneksellik	Androjenlik
Çarpıklık (Skewness)	-,286	-,378	-,157	-,350	,183
Basıklık (Kurtosis)	-,913	-,946	-1,084	-,972	-,651

Araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarına bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında değer aldığı (Tablo 2.) için verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılmıştır (George & Mallery, 2010). Böylece araştırmada, parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 3
Marka Kişiliği Boyutlarının Faktör Analizi

Faktörler					Cronbach Alpha
	1	2	3	4	
Yetkinlik					,983
Kendine Güvenen	,769				
Kaliteli	,763				
Başarılı	,761				
Sağlam	,760				
İddialı	,753				
Prestijli	,753				
İşini İyi Yapan	,745				
Profesyonel	,739				
Güvenilir	,738				
İstikrarlı	,728				
Bildik	,720				
İyi	,707				
Orjinal	,670				
Global	,641				
Heyecan					,985
Eğlenceli		,799			
Neşeli		,792			
Hareketli		,786			
Eğlendirici		,766			
Hayatı Seven		,754			
Genç Ruhlu		,736			
Sempatik		,726			
Tutkulu		,720			
Dinç		,704			
Genç		,700			
Çevik		,682			
Özgürlükçü		,661			
Sportif		,645			
Geleneksellik					,945
Muhafazakâr			,781		
Geleneksel			,751		
Klasik			,732		
Aile Odaklı			,671		

Androjenlik**,902**

Kadınsı	,785
Şatafatlı	,768
Asi	,751
Erkekksi	,698

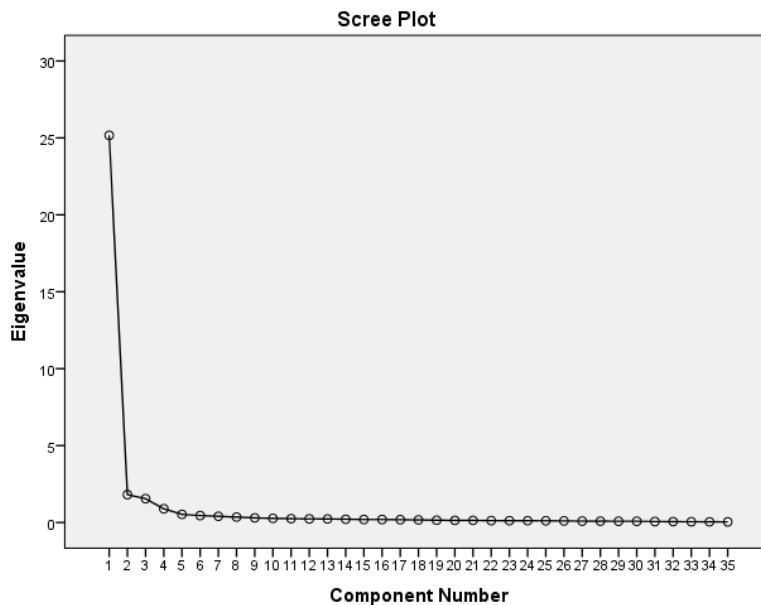
Öz değer	25,164	1,816	1,547	,891
Açıklanan Varyans	30,890	28,576	12,701	11,885
Toplam Açıklanan Varyans	84,053			
KMO	,980			
Barlett's Testi	26373,908			
	(sd. 595;			
	p=,000)			
Cronbach Alpha	,989			

Marka kişiliği ölçeğinde yer alan, marka kişiliğine yönelik 39 maddeye bağlı olarak elde edilen veriler Açıklayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuştur. Bu analiz sonucunda; ölçeğin orjinalinde yer alan Mütevazı, Tutumlu, Hesaplı ve Baştan Çıkartıcı ifadelerinin faktör yükleri 0,60'ın altında veya binişik olduğu için analiz dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 35 ifade ile analizlere devam edilmiştir. Sonuç olarak kalan 35 madde ile 4 faktör (Yetkinlik, Heyecan, Geleneksellik ve Androjenlik) elde edilmiştir. Elde edilen faktörlerin öz değerinin 1'den büyük olması beklenir. Bu analizde Androjenlik faktörünün öz değeri yaklaşık olarak ,90'dır. 1'e yakın bir değer bulunmuştur. Literatürde faktör sayılarına scree plot grafiğindeki eğrinin düzleşmeye başladığı noktadan belirlendiğine dair yaklaşımlar da bulunmaktadır (Zhang ve Luo, 2019: 248). Şekil 3.'teki Scree Plot grafiğine bakıldığında düzleşmenin 4. Faktörden itibaren başladığı görülmektedir. Bu nedenle araştırmada 4 faktörde analizlere tabi tutulmaktadır.

Bu 4 faktörün açıkladıkları toplam varyans %84,053'tür. Açıklanan varyans oranının %60'dan daha az olmaması beklenmektedir. Ancak bazı araştırmacılara göre asgari varyans açıklama oranı %50'dir (Altunışık vd., 2010: 273). Barlett testine göre faktör analizine tabi tutulan değişkenler ile faktör arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (p=,000). KMO (Örnekleme Yeterlilik Testi)=, 980 olarak gerçekleştiğinden bu değer oldukça iyi bir düzeyde olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre faktörlerin yapı geçerliliğinin de sağlandığını söylemek mümkündür. Faktör analizi sonuçlarına göre maksimum ağırlık düzeyi:,799 minimum ağırlık düzeyi ise ,641'dir. Öte yandan yapılan güvenilirlik analizine göre Marka Kişiliği ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ,989'dur. Böylece ölçeğin yüksek derecede güvenilir olarak tespit edilmiştir. Yetkinlik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,983 ve açıklanan varyans oranı da %30,890'dır. Heyecan faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,985 ve açıklanan varyans oranı %28,576'dır. Geleneksellik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,945 açıklanan varyans oranı ise %12,701'dir. Androjenlik faktörünün Cronbach Alfa katsayısı ,902 iken açıklanan varyans oranı ise %11,885'dir.

Şekil 3

Scree Plot Grafiği



Tablo 4
Marka Kişiliği Ölçeği Madde Puanları

Faktörler	Maddeler	\bar{X}	SD
Yetkinlik	1.Kendine güvenen	3,14	1,32
	2.Kaliteli	2,98	1,23
	3.Başarılı	3,09	1,24
	4.Sağlam	3,08	1,24
	5.İddialı	3,03	1,30
	6.Prestijli	2,94	1,22
	7.İşini iyi yapan	3,09	1,25
	8.Profesyonel	2,91	1,20
	9.Güvenilir	3,22	1,31
	10.İstikrarlı	3,09	1,26
	11.Bildik	2,93	1,20
	12.İyi	3,16	1,28
	13.Orjinal	3,07	1,26
	14.Global	2,84	1,16
	Ortalama	3,04	1,13
Heyecan	15.Eğlenceli	2,84	1,28
	16.Neşeli	2,86	1,30
	17.Hareketli	2,90	1,29
	18.Eğlendirici	2,81	1,28
	19.Hayatı seven	2,94	1,27
	20.Genç ruhlu	2,97	1,31
	21.Sempatik	2,99	1,31
	22.Tutkulu	2,93	1,31
	23.Dinç	2,99	1,30
	24.Genç	3,03	1,31
	25.Çevik	2,95	1,26
	26.Özgürlükçü	2,97	1,30
	27.Sportif	2,92	1,28
	Ortalama	2,93	1,20
Geleneksellik	28.Mufazakar	3,12	1,31
	29.Geleneksel	3,11	1,30
	30.Klasik	3,08	1,28
	31.Aile odaklı	3,08	1,28
		Ortalama	3,06
Androjenlik	32.Kadınsı	2,57	1,17
	33.Şatafatlı	2,57	1,17
	34.Asi	2,71	1,20
	35.Erkeksi	2,64	1,19
		Ortalama	2,61
	Ölç.Ort.	2,95	1,07

(1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum

Marka kişiliğini ölçen ifadeler verilen yanıtların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 4.'deki gibidir. Tablo 4. İncelendiğinde katılımcıların Gümüşhane Üniversitesinin marka kişiliğine ilişkin ifadelerle genel olarak kararsızım yönünde bir eğilim gösterdikleri görülürken en çok “Güvenilir” ($\bar{X}=3,22$) ve “İyi” ($\bar{X}=3,16$) ifadelerine olumlu yanıt verdikleri tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra araştırmaya katılanların en az “Kadınsı” ve “Şatafatlı” ($\bar{X}=2,57$) ifadelerine katıldıkları görülmüştür. Alt boyutların ortalamalarına göre ise, en çok olumlu algıladıkları boyut “Geleneksellik” ($\bar{X}=3,06$) boyutu iken en az katılım gösterdikleri boyut ise “Androjenlik” ($\bar{X}=2,61$), boyutudur.

Marka Kişiliği Ölçeğinin alt boyutlarındaki ifadelerde ise elde edilen veriler şu şekildedir:

Yetkinlik boyutunda katılımcıların en çok “Güvenilir” ($\bar{X}=3,22$), en az ise “Global” ($\bar{X}=2,84$) ifadesine katılmışlardır.

Heyecan boyutunda en çok “Genç” ($\bar{X}=3,03$), en az ise “Eğlendirici” ($\bar{X}=2,81$) ifadesine katılmışlardır.

Geleneksellik boyutunda en çok “Muhafazakar” ($\bar{X}=3,12$), en az ise “Klasik” ve “Aile Odaklı” ($\bar{X}=3,08$) ifadelerine katıldıkları görülmektedir.

Androjenlik boyutunda en çok “Asi” ($\bar{X}=2,71$), en az ise “Kadın” ve “Şatafatlı” ($\bar{X}=2,57$) ifadelerine katıldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 5
Marka Kişiliği Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Yetkinlik	Kadın	271	3,12	1,04	1,745	,082
	Erkek	216	2,93	1,22		
Heyecan	Kadın	271	3,01	1,14	1,651	,099
	Erkek	216	2,82	1,26		
Geleneksellik	Kadın	271	3,19	1,10	2,700	,007
	Erkek	216	2,90	1,23		
Androjenlik	Kadın	271	2,65	1,02	,650	,516
	Erkek	216	2,59	1,08		

Marka Kişiliği Ölçeğinin alt boyutları ile araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre karşılaştırılması Tablo 5.'de görülmektedir. Buna göre “Geleneksellik” boyutu ifadelerine katılım ortalamaları ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,007$). Buna göre kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre Gümüşhane Üniversitesinin daha geleneksel bir kişiliğe sahip olarak algıladığını söylemek mümkündür. Öte yandan araştırmada diğer alt boyutlar ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Tablo 6
Marka Kişiliği Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Yaş	N	Ort.	SS	F	p	Anlamlı Fark
Yetkinlik	A-18-20	189	2,97	1,11	,650	,583	
	B-21-23	236	3,05	1,11			
	C-24-26	43	3,23	1,19			
	D-27 ve üstü	19	3,00	1,30			
Heyecan	A-18-20	189	2,84	1,19	,865	,459	
	B-21-23	236	2,95	1,18			
	C-24-26	43	3,15	1,24			
	D-27 ve üstü	19	2,98	1,33			
Geleneksellik	A-18-20	189	3,07	1,18	,031	,993	
	B-21-23	236	3,06	1,14			
	C-24-26	43	3,07	1,23			
	D-27 ve üstü	19	3,16	1,32			
Androjenlik	A-18-20	189	2,62	1,06	,069	,977	
	B-21-23	236	2,62	1,02			
	C-24-26	43	2,59	1,18			
	D-27 ve üstü	19	2,72	1,01			

Tablo 7
Marka Kişiliği Boyutlarının Coğrafi Bölgelere Göre Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Coğrafi Bölge	N	Ort.	SS	F	p	Anlamlı Fark
Yetkinlik	A-Karadeniz	214	3,16	1,11	1,379	,221	
	B-Doğu Anadolu	57	2,95	1,17			
	C-Güneydoğu Anadolu	52	2,93	1,13			
	D-İç Anadolu	53	2,74	1,22			
	E-Ege	15	2,89	,99			
	F-Akdeniz	43	2,92	1,15			
	G-Marmara	53	3,14	1,05			

Heyecan	A-Karadeniz	214	3,06	1,20	1,007	,420
	B-Doğu Anadolu	57	2,75	1,33		
	C-Güneydoğu Anadolu	52	2,90	1,22		
	D-İç Anadolu	53	2,71	1,26		
	E-Ege	15	2,81	1,09		
	F-Akdeniz	43	2,86	1,12		
	G-Marmara	53	2,90	1,04		
Geleneksellik	A-Karadeniz	214	3,16	1,12	1,282	,264
	B-Doğu Anadolu	57	2,97	1,22		
	C-Güneydoğu Anadolu	52	2,90	1,27		
	D-İç Anadolu	53	2,76	1,27		
	E-Ege	15	3,49	,86		
	F-Akdeniz	43	2,95	1,20		
	G-Marmara	53	3,04	1,08		
Androjenlik	A-Karadeniz	214	2,70	1,05	,951	,458
	B-Doğu Anadolu	57	2,48	1,11		
	C-Güneydoğu Anadolu	52	2,58	1,15		
	D-İç Anadolu	53	2,57	1,13		
	E-Ege	15	2,98	,79		
	F-Akdeniz	43	2,63	,94		
	G-Marmara	53	2,44	,92		

Tablo 6. ve Tablo 7.'de araştırmaya katılanların marka kişiliği alt boyutlarının yaş ve yaşanan coğrafi bölge ile karşılaştırılması için yapılan ANOVA analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların yaş ve yaşanan coğrafi bölge ile marka kişiliği alt boyutlarına yönelik ifadeler katılım ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p > ,05$).

Tablo 8

Marka Kişiliği Boyutlarının Fakülte/Yüksekokula Göre Karşılaştırılması

Alt Boyutlar	Fakülte/Yüksekokul	N	Ort.	SS	F	p	Anlamlı Fark
Yetkinlik	A-İletişim Fakültesi	128	3,38	1,14	2,607	,006	A > C,D,F,I B > I
	B-İlahiyat Fakültesi	58	3,10	,96			
	C-BESYO	80	2,86	1,28			
	D-İİBF	38	2,93	,96			
	E-GMYO	15	2,85	1,17			
	F-SHMYO	59	2,98	,99			
	G-SBF	19	3,03	,76			
	H-SOSBMYO	11	3,38	1,11			
	I-Edebiyat Fakültesi	75	2,68	1,19			
	İ-Turizm Fakültesi	12	3,26	1,13			
Heyecan	A-İletişim Fakültesi	128	3,27	1,18	2,448	,010	A > I,D,F,G, H > I
	B-İlahiyat Fakültesi	58	2,89	1,06			
	C-BESYO	80	2,91	1,32			
	D-İİBF	38	2,74	1,15			
	E-GMYO	15	2,66	1,21			
	F-SHMYO	59	2,83	1,16			
	G-SBF	19	2,60	,90			
	H-SOSBMYO	11	3,46	1,25			
	I-Edebiyat Fakültesi	75	2,61	1,20			
	İ-Turizm Fakültesi	12	3,23	1,22			
Geleneksellik	A- İletişim Fakültesi	128	3,25	1,15	1,245	,265	
	B- İlahiyat Fakültesi	58	3,29	1,03			
	C-BESYO	80	2,85	1,31			
	D- İİBF	38	3,05	1,04			

	E- GMYO	15	2,86	1,14		
	F- SHMYO	59	3,00	1,08		
	G-SBF	19	2,83	,98		
	H-SOSBMYO	11	3,29	1,17		
	I-Edebiyat Fakültesi	75	2,91	1,26		
	İ-Turizm Fakültesi	12	3,16	1,26		
Androjenlik	A-İletişim Fakültesi	128	2,89	1,09	2,127	,026
	B-İlahiyat Fakültesi	58	2,43	,91		
	C-BESYO	80	2,48	1,11		
	D-İİBF	38	2,39	,98		
	E-GMYO	15	2,58	1,10		
	F-SHMYO	59	2,66	,95		
	G-SBF	19	2,51	,84		
	H-SOSBMYO	11	3,11	1,06		
	I-Edebiyat Fakültesi	75	2,48	1,05		
	İ-Turizm Fakültesi	12	3,00	1,14		
						A > B,D,C,I
						H > B,D

BESYO: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

İİBF: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

GMYO: Gümüşhane Meslek Yüksekokulu

SHMYO: Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

SBF: Sağlık Bilimleri Fakültesi

SOSBMYO: Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Tablo 8.'de katılımcıların marka kişiliği ölçeği alt boyutlarının eğitim gördükleri fakülte/yüksekokul durumu ile karşılaştırılması için yapılan ANOVO analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre "Yetkinlik" (F=2,607, p=,006), "Heyecan" (F=2,448, p=,010) ve "Androjenlik" (F=2,127, p=,026) alt boyutları ile katılımcıların eğitim gördükleri fakülte/yüksekokul durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda "Geleneksellik" boyutunun da ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (F=1,245, p=,265).

Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD post hoc analizinde yanıtların ortalamalarına bakıldığında, İletişim Fakültesi öğrencilerinin BESYO, İİBF, SHMYO ve Edebiyat Fakültesi öğrencilerine göre, İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin de Edebiyat Fakültesi öğrencilerine göre Yetkinlik boyutunu daha olumlu algıladıkları görülmektedir. İletişim Fakültesi öğrencilerinin İİBF, SHMYO, SBF ve İlahiyat Fakültesi öğrencilerine göre, SOSBMYO öğrencilerinin de Edebiyat Fakültesi öğrencilerine göre Heyecan boyutunu daha olumlu algıladıkları tespit edilmiştir. Son olarak, İletişim Fakültesi öğrencilerinin İlahiyat Fakültesi, BESYO, İİBF ve Edebiyat Fakültesi öğrencilerine göre, SOSBMYO öğrencilerinin ise İlahiyat Fakültesi ve İİBF öğrencilerine göre Androjenlik boyutunu daha olumlu algıladıkları görülmüştür. Diğer gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir.

5. SONUÇ

Marka kişiliği, kurumun itibarına ve algılanan değerine, marka sadakatine etkisi olan önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü marka kişiliğinin marka sadakati üzerinde etkili olduğu (Butzhuzi ve Ghaleb, 2019: 7); marka kişiliğinin tüketicilerin algılanan değerini ve markayı güvenilir bir marka olarak kabulünü etkilediği (Kang ve Sharma, 2012: 323) görülmektedir. Bu durum üniversitelerin marka kişiliği içinde geçerli olmaktadır. Araştırmalarda üniversitelerin marka kişiliğinin, öğrenci-üniversite bağlılığı, tavsiye etme, tercih edilebilirlik (Alavijeh, Rezaee ve Hosseinabadi, 2014), güçlü marka imajı (Kadar, 2013) gibi birçok konuda etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla küresel ve rekabetin yoğun yaşandığı günümüzde üniversite yönetimlerinin fark yaratmak, öğrenci bağlılığını arttırmak, potansiyel öğrencilerin tercihleri etkilemek, üniversite itibarını güçlendirmek, üniversitenin algılanan değerini arttırmak, rekabet avantajı sağlamak için marka kişiliğini gündemine alması gerekmektedir.

Gümüşhane Üniversitesi'nin marka kişiliği üzerine gerçekleştirilen bu çalışma, üniversitenin algılanan marka kişiliği boyutlarını incelemeyi ve öğrencilerin demografik değişkenlere göre bu algılmalarda nasıl farklılaştığını anlamayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında yapılan anket çalışması, öğrencilerin Gümüşhane Üniversitesi'nin marka kişiliği hakkındaki görüşlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu kadın (%55,6) olmuştur. Erkek öğrencilerin katılım oranı ise %44,4' tür. Öğrencilerin yaş ortalaması 22'dir. Eğitim gördükleri fakülte/yüksekokullar arasında İletişim Fakültesi, BESYO ve Edebiyat Fakültesi öğrencileri çoğunluğu oluşturmuştur. Coğrafi olarak bakıldığında, Gümüşhane Üniversitesine Türkiye'nin yedi bölgesinden de öğrenci geldiği görülmektedir. Öğrencilerin %43,9'u ise Karadeniz bölgesinde yaşamaktadır. Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen dört faktör (Yetkinlik, Heyecan, Geleneksellik, Androjenlik) toplam varyansın %84,053'ünü açıklamıştır.

Öğrencilerin marka kişiliği algılamalarına genel olarak kararsız bir eğilim gözlemlenirken, en olumlu yanıtlar "Güvenilir" ve "İyi" ifadelerine verilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde, öğrencilerin en çok olumlu algıladıkları boyut "Geleneksellik (Muhafazakar)" iken, en az katılım gösterdikleri boyut ise "Androjenlik (Kadını ve Şatafatlı)" olarak belirlenmiştir.

Cinsiyet bazında yapılan karşılaştırmada, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre Gümüşhane Üniversitesini daha 'geleneksel' şekilde algıladıkları tespit edilmiştir. Buna göre "Geleneksellik" boyutu ifadelerine katılım ortalamaları ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir sonuç ise, öğrencilerin yaş ve yaşanan coğrafi bölge ile marka kişiliği alt boyutlarına yönelik ifadelerle katılım ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı şeklindedir. Fakat öğrencilerin eğitim gördükleri fakülte/yüksekokul ile marka kişiliği alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Fakülte/yüksekokul durumuna göre Yetkinlik, Heyecan ve Androjenlik boyutlarında farklılık gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, Gümüşhane Üniversitesi'nin öğrenciler arasındaki algılanan marka kişiliği, yaş ve yaşanan coğrafi bölgeye göre anlamlı bir farklılık olmamaktadır. Ancak algılanan marka kişiliği ile cinsiyet ve fakülte/yüksekokul durumu arasında belirgin varyasyonlar ortaya çıkmaktadır.

Çalışma Gümüşhane Üniversitesi öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla üniversitenin diğer iç paydaşları olan akademik, idari ve diğer kadrolarına yönelik bir marka kişiliği çalışması gerçekleştirilmemiştir. Bu nedenle sonraki çalışmalarda sözü edilen kadrolar dahil edilerek daha kapsamlı bir Gümüşhane Üniversitesi marka kişiliği çalışması yapılması mümkündür.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (2009). Güçlü Markalar Yaratmak (E. Demir, Çev.). MediaCat.
- Aksoy, L., & Özsoy, A. (2007, 18-20 Ekim). Türkiye'de Marka Kişiliği Oluşturan Boyutlar. Sakarya Üniversitesi, 12. Ulusal Pazarlama Kongresi. Sakarya.
- Alavijeh, M.R.K, Rezaee, M., & Hosseinabadi, V. (2014). Relationship Between University Brand Personality And Student Behavioral Loyalty. KJEP, 11 (2), 143-161.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroglu, S., & Yıldırım E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları. Sakarya Yayıncılık.
- AMA (t.y.). Definitions of Marketing. 10 Şubat 2022 tarihinde <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B> adresinden erişilmiştir.
- Ar, A. A.,(2004). Marka ve Marka Stratejileri. Detay Yayınevi.
- Asaad, Y., Melewar, T. C., Cohen, G., & M.T. Balmer, J. (2013). Universities and Export Market Orientation: An Exploratory Study of UK Post-92 Universities. Marketing Intelligence and Planning, 31(7), 838-856.
- Aysen, E., Yaylı, A., & Helvacı, E. (2012). Üniversitelerin Marka Kişiliği Algısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4 (4), 182-204.
- Boyacı M. (2019). Sosyal Medyanın Marka Kişiliği Yönünden Kullanımı: Markaların Sosyal Medyadaki Kişilik Sunumları İle Hedef Kitlelerin Marka Kişilik Algısını Karşılaştırmaya Yönelik Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Butkhuzi, N., & Ghaleb M. (2019). The Effect of Brand Perception, Reputation, and Personality on the Brand Loyalty: The Case Study of Turk Telecom. SSRN Electronic Journal 11(4), 1-8.
- Doğanlı, B., & Bayri, O. (2012). Üniversitelerin Marka Kişiliklerinin Belirlenmesine İlişkin Ampirik Bir Araştırma: Adnan Menderes Üniversitesi Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (3), 163-176.
- Dölarıslan, E. Ş. (2012). Bir Marka Kişiliği Ölçeği Değerlendirmesi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 67(2), 1-28.

- Duesterhaus, A. P., & Duesterhaus, M. (2014). Attributes of Successful University Brands in The U.S.A. *Journal of Brand Strategy*, 3(2), 169–183.
- Freling T. H., & Forbes, L.P. (2005). An Empirical Analysis of the Brand Personality Effect. *Journal of Product & Brand Management*, 14 (7), 404–413.
- Funder, D. C. (2001). Personality. *Annual Review Psychology*, (52), 197- 221.
- George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Study Guide and Reference*. Pearson Education.
- Goldberg, Lewis R. (1990). An Alternative Description Of Personality: The Big-Five Factor Structure. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 59 (1), 1216-1229.
- Gumport, P. J. (2000). Academic Restructuring: Organizational Change and İnstitutional İmperatives. *Higher Education*, 39(1), 67–91.
- Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2009). *Brand Management Research, Theory and Practice*. Routledge.
- Kadar, B. (2013). The Brand Personality of The Sapientia Hungarian University Of Transylvania. *International Journal Of Business and Management Studies*, 5 (1), 81-91.
- Kang, A., & Sharma, H. (2012). Using Brand Personality to Enhance Brand Trust and Perceived Value: An Empirical Study of the Brand Lux. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 8(3), 323–335.
- Kapferer, J., & Audrey A. (2003). Do brand personality scales really measure brand personality?. *Journal of Brand Management*, 11 (2), 143-155.
- Lubiç, M. (2015). Deneyim Pazarlamak: Magnum Store İstanbul. 10 Şubat 2022 tarihinde <https://www.pazarlamasyon.com/deneyim-pazarlamak-magnum-store-istanbul> adresinden erişilmiştir.
- Opoku, R. A., Hultman, M., & Saheli-Sangari, E. (2008). Positioning in Market Space: ‘The Evaluation of Swedish Universities’ Online Brand Personalities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 124–144.
- Özçelik, D., & Torlak, Ö. (2011). Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: LEVIS ve MAVİ JEANS Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(3), 361- 377.
- Özeray, E. (2022). Dijital pazarlama stratejilerinin marka kişiliği oluşturmadaki rolü: Vakıf üniversiteleri üzerine bir analiz (Yayın No: 764914) [Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Plummer, Joseph T. (1985). How Personality Makes A Difference. *Journal Of Advertising Age*, 24(6), 27 – 31.
- Ranking Web Of Universities (2021). Countries arranged by Number of Universities in Top Ranks. 7 Şubat 2022 tarihinde https://www.webometrics.info/en/distribution_by_country adresinden erişilmiştir.
- Rauschnabel, P. A., Krey, N., Babin, B. J., & Ivens, B. S. (2016). Brand Management in Higher Education: The University Brand Personality Scale. *Journal of Business Research*, 69(8), 3077–3086.
- Rutter, R., Lettice, F., & Nadeau, J. (2016). Brand personality in higher education: anthropomorphized university marketing communications. *Journal of Marketing for Higher Education*, 27(1), 19–39.
- Seren, N., & Altıntaş, M. H. (2023). Turizm İşletmelerinde Marka Kişiliğinin Duygu Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi. *International Journal of Social Inquiry*, 16(1), 229-254.
- Sung, M., & Yang, S.-U. (2008). Toward the Model of University Image: The Influence of Brand Personality, External Prestige, and Reputation. *Journal of Public Relations Research*, 20(4), 357–376.
- Taşkın, Ç., & Akat, Ö. (2012). Marka ve Marka Stratejileri. Alfa Aktüel Yayınları.
- Tayfur, G., Cesur, Z., & Memiş, S. (2017). Sakarya Üniversitesi’nin Marka Kişiliğinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *International Journal of Social Science*, 54, 241-253.
- Wæraas, A., & Solbakk, M. N. (2009). Defining the Essence of A University: Lessons from Higher Education Branding. *High Educ*, 57, 449-462.
- Watkins, B. A., & Gonzenbach, W. J. (2013). Assessing University Brand Personality Through Logos: An Analysis of The Use of Academics and Athletics in University Branding. *Journal of Marketing for Higher Education*, 23(1), 15–33.
- Yener, D. (2013). Marka Çağrışım Unsurlarının Marka Kişiliği Üzerine Etkisi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3 (1), 89-103.

YÖK (2021). Türlerine Göre Birim Sayıları Raporu. 7 Şubat 2022 tarihinde <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden erişilmiştir.

Zhang, L., & Luo, W. (2019). Vahid Aryadoust & Michelle Raquel (Eds.), In Quantitative Data Analysis for Language Assessment (pp. 243-261). Routledge.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ (Etik Kurul gerekmiyorsa bu kısım çıkarılabilir.)

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 11/06/2020

Etik değerlendirme belge sayısı: 2020/06

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS*
Fikir veya Kavram / Idea or Notion	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / Form the research hypothesis or idea	Ersin DİKER Fatih AKSOY Tuğba Aydoğan KILIÇ
Tasarım / Design	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / Designing method, scale and pattern	Ersin DİKER Fatih AKSOY Tuğba Aydoğan KILIÇ
Veri Toplama ve İşleme / Data Collecting and Processing	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlamak / Collecting, organizing and reporting data	Ersin DİKER Fatih AKSOY Tuğba Aydoğan KILIÇ
Tartışma ve Yorum / Discussion and Interpretation	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings	Ersin DİKER Fatih AKSOY Tuğba Aydoğan KILIÇ
Literatür Taraması / Literature Review	Çalışma için gerekli literatürü taramak / Review the literature required for the study	Ersin DİKER Fatih AKSOY Tuğba Aydoğan KILIÇ

*Katkı oranlarının tümü eşit olması durumunda oranlar belirtilmeyecektir/If the contribution rates are all equal, the rates will not be specified

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

THE EFFECTS OF ENVIRONMENTAL TAXES ON CARBON EMISSIONS: A STUDY ON SELECT EU MEMBER STATES

ÇEVRE VERGİLERİNİN KARBON EMİSYONLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: SEÇİLMİŞ AB ÜYE ÜLKELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Buket AYDIN¹ 

Abstract

This study investigates the effects that national income, public expenditures, research and development (R&D) investments, and environmental taxes (ET) have on carbon emissions. The variables of national income, the square of national income, public expenditures, R&D, total ET, transport taxes, and energy taxes are used in conjunction with carbon emission data for this analysis. Three distinct models are used herein: Model 1 employs the total ET, model 2 utilises transport taxes, and model 3 makes use of energy taxes. A Dumitrescu-Hurlin causality analysis was employed to investigate the relationship between the variables, which demonstrates that there was a Granger causality from national income, the square of national income, and public expenditures to carbon emissions. However, there was no Granger causality from R&D expenditures to carbon emissions. Finally, there was a one-way Granger causality relationship from total ET, transport taxes, and energy taxes used as ET to carbon emissions. Therefore, this study concludes that R&D investments are important for the development of environmentally friendly production structures and for increasing the importance of these structures in the economy. Finally, the findings emphasise that ET in particular can be effective in reducing carbon emissions within the framework of the Kyoto Protocol and the Paris Agreement

Keyword: Environmental Taxes, Energy Economy, Economic Growth, Panel Data Analysis

JEL Codes: H23, P18, F43, C23

Öz

Bu çalışma, milli gelir, kamu harcamaları, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) yatırımları ve çevre vergilerinin (ET) karbon emisyonları üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Analiz için milli gelir, milli gelirin karesi, kamu harcamaları, Ar-Ge, toplam ET, ulaşım vergileri ve enerji vergileri değişkenleri karbon emisyonu verileri ile birlikte kullanılmıştır. Burada üç farklı model kullanılmaktadır: Model 1 toplam ET'yi, model 2 ulaşım vergilerini ve model 3 enerji vergilerini kullanmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için Dumitrescu-Hurlin nedensellik analizi kullanılmış ve milli gelir, milli gelirin karesi ve kamu harcamalarından karbon emisyonlarına doğru bir Granger nedenselliği olduğu görülmüştür. Ancak, Ar-Ge harcamalarından karbon emisyonlarına doğru bir Granger nedenselliği bulunmamıştır. Son olarak, toplam ET, ulaşım vergileri ve ET olarak kullanılan enerji vergilerinden karbon emisyonlarına doğru tek yönlü bir Granger nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Dolayısıyla bu çalışma, Ar-Ge yatırımlarının çevre dostu üretim yapılarının geliştirilmesi ve bu yapıların ekonomideki öneminin artırılması için önemli olduğu sonucuna varmaktadır. Son olarak, bulgular özellikle ET'nin Kyoto Protokolü ve Paris Anlaşması çerçevesinde karbon emisyonlarının azaltılmasında etkili olabileceğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevre Vergileri, Enerji Ekonomisi, Ekonomik Büyüme, Panel Veri Analizi

Jel Kodları: H23, P18, F43, C23

¹Arş.Gör.Dr., buketaydin@atauni.edu.tr
Atatürk University, Faculty of Economics
and Administrative Sciences, Department
of Economics, 0000-0002-6204-0505

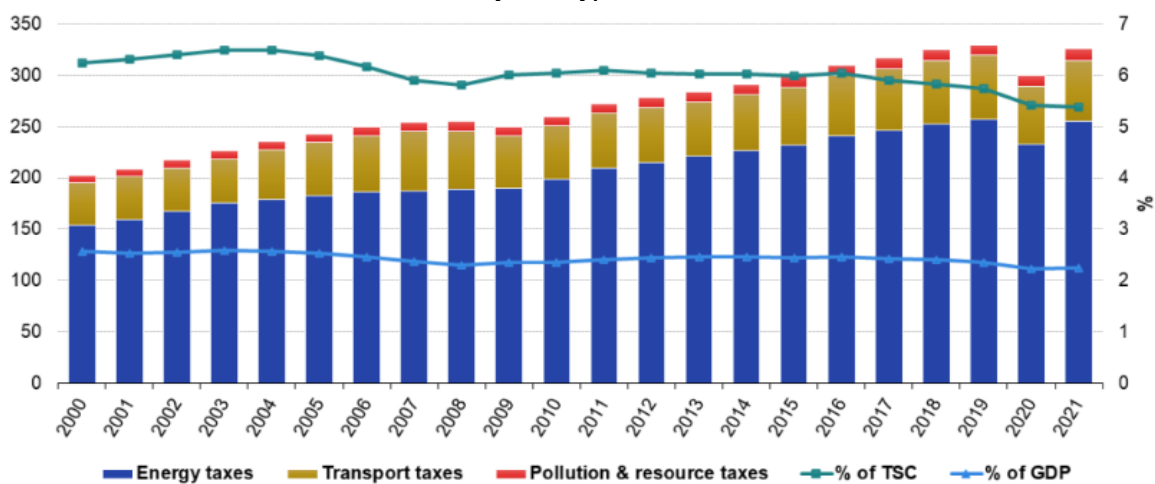
Citation: Aydın, B. The Effects Of
Environmental Taxes on Carbon
Emissions: A Study on Select EU Member
States, İşletme Ekonomi ve Yönetim
Araştırmaları Dergisi, (2024) 7(2):1-18,
DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem>.

1. INTRODUCTION

For the last half-century, environmental problems have been increasing worldwide and have been an obstacle to sustainable development (Liu, et al., 2023). This has made it necessary to take measures against the consumption of natural resources and other factors that cause environmental destruction, with the reduction of carbon emissions (CE) that cause climate change being the particular focus. Accordingly, policies on the consumption of renewable energy sources that reduce environmental damage, zero waste measures, and the need to reduce pollution have started to be implemented. International agreements and world summits have put forth environmental policies to reduce environmental damage, including the 1987 Montreal Agreement that banned the use of chemical products that damage the ozone layer, the world summits held in Rio de Janeiro in 1992 and Johannesburg in 2002, and the 1997 Kyoto Protocol and Paris Agreement that regulates greenhouse gas (GHG) emissions (Baranzini et al., 2000; Ricci, 2007; Rafique et al., 2022). Due to concerns about the harmful effects of global warming, measures to reduce fossil fuel demand were included in the 1997 Kyoto Protocol that was signed by more than 100 countries (Sinn, 2008; Hashmi and Alam, 2019). Furthermore, in the 1990s, a series of initiatives were taken to implement ET reform (ETR) in European Union (EU) member states, starting with the Scandinavian countries. The aim of this reform is to shift the tax burden from the factors of production (labour, capital) to the users of natural resources that cause pollution. In short, it transfers the tax burden from economic ‘goods’ to environmental ‘bads’ (Ekins et al., 2012; Abdullah and Morlay, 2014). Thus, ETR creates a ‘double profit’ potential, in that it allows for environmental improvement as well as economic benefits. Revenues from ET can also be used to reduce the excessive burden of the tax system by reducing distortionary taxes on capital and labour, which will have positive results in terms of employment and investment (Bosquet, 2000; Hassan et al., 2020; Doğan, 2023). Figure 1 details the rates of ET in EU countries, with ET revenue being classified into four categories: energy taxes, transport taxes, pollution taxes, and resource taxes.

Figure 1

Total Environmental Tax Revenue in the EU by Tax Type from 2000–2021

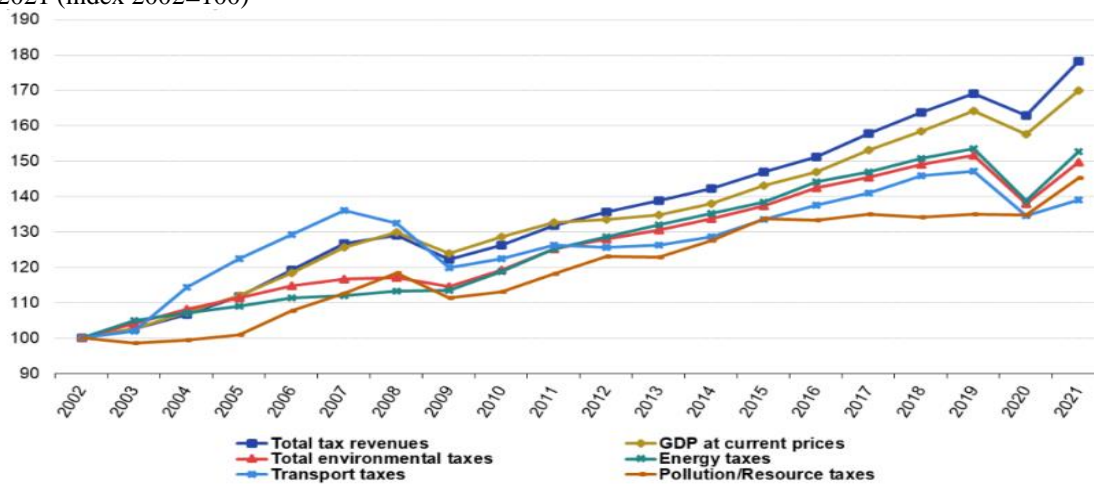


Source: Eurostat, 2023.

This figure delineates the ET and ET revenue by type as both a share of gross domestic product (GDP) and as a percentage of government revenue from taxes and social contributions (TSC). In 2021, EU countries received EUR 325.8 billion from ET, of which the ratio of ET revenues to GDP in EU countries was 2.2%. Moreover, ET revenue accounted for 5.4% of total government revenue from TSC. The EU ET revenues by tax type were distributed as follows: 78% from energy taxes, 18% from transport taxes, and 3.6% from pollution and resource taxes. The energy taxes included taxes on energy products (coal, oil products, natural gas, electricity), and they accounted for more than three-quarters of EU ET. Notably, energy taxes in the EU decreased by 9% between 2019 and 2020 due to the impact of the COVID-19 pandemic. However, these taxes increased by 12% in 2021 (Eurostat, 2023).

Figure 2

GDP Growth; Total Tax Revenue; and Energy, Transport, and Pollution Tax Revenue in the EU from 2002–2021 (index 2002=100)

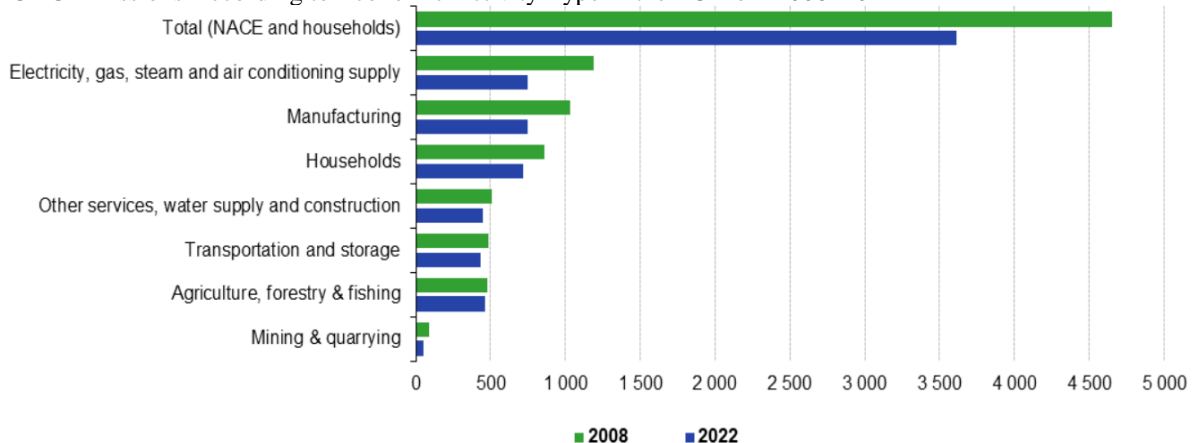


Source: Eurostat, 2023.

Figure 2 summarises the changes in indexed (2002=100) GDP, total tax revenue, energy taxes, transport taxes, and pollution and resource taxes from 2002 to 2021. Overall, the COVID-19 pandemic led to a decline in all ET except pollution and resource taxes. However, this decline started to reverse in 2021, with the total tax revenues in 2021 increasing by 15.3% from 2020. Energy taxes, which accounted for 78% of ET, increased by 13.7% between 2020 and 2021. Lastly, the share of transport taxes in ET increased by 4.5% from 2020 (Eurostat, 2023).

Figure 3

GHG Emissions According to Economic Activity Type in the EU from 2008–2022



Source: Eurostat, 2024.

In 2022, the total GHG emissions in the EU equalled 3.6 billion tonnes of Co2. Between 2008 and 2022, there was a 37% decrease in the level of GHG emissions from electricity, gas, steam and air conditioning supply; a 21% reduction from the manufacturing industry; a 16% decrease from households; and a reduction of 40% from mining and quarrying (Eurostat, 2024). This indicates that there has been a decrease in emission rates due to the implementation of carbon neutral policies in EU countries.

In this context, the aim of this study is to investigate the relationship between CE and ET in selected EU member states. Although many studies have been conducted on the relationship between CE and ET, not enough researchers have investigated the effects of sub-items of ET on carbon emissions. Therefore, this study's investigation of the effects of total ET as well as transport and energy taxes on CE makes a significant contribution to the literature. In the first section of this study, the theoretical framework is outlined. In the second section, a summary of the studies conducted within the scope of the research topic is presented. The third section details the econometric method and the findings obtained. In the last section, the conclusion and evaluations are provided.

2. LITERATURE REVIEW

In traditional economics literature, Pigou (1920) emphasised that taxes are the most appropriate tool to internalise negative externalities. Accordingly, environmental (carbon) taxes are considered to be the most effective method

dökmenfor minimising the environmental damage of CE (Freire-González, 2018; He et al., 2021). In addition, ET increase the diversity of green technology and productivity in addition to increasing employment through creating new business areas. Moreover, they are important for enabling nations to achieve their economic growth (EG) targets by encouraging new investments (Rafique et al., 2022). Indeed, many studies have confirmed that ET positively affect EG (Castiglione et al., 2014; Andrei et al., 2016; Gashi et al., 2018; Mirović et al., 2021).fe

The literature indicates that there is a complex relationship between ET and EG. Countries increasing their tax rates generally affects their fiscal policies and leads to positive or negative effects on their national income (Barro, 1990; Widmalm, 1999; Romero-Avila and Strauch, 2008; Idris and Ahmad, 2017; Gashi et al., 2018; Frede and Fahlby, 2012). Acemoglu et al. (2010) examined the effects of tax policies on sustainable growth and intertemporal welfare maximisation. While identifying that efficient tax policies include both carbon taxes and research subsidies, they stated that optimal tax policies can be instituted to avoid the overuse of carbon taxes. Therefore, they asserted that with optimal environmental policies, research and development (R&D) investments should be shifted to cleaner technology and that production should be gradually shifted to cleaner inputs. Furthermore, Dökmen (2012) investigated the relationship between ET and EG in 29 European countries. He found that ET had a positive effect on the states' EG and thus concluded that ET positively affected both the environmental quality and EG of these European countries. Subsequently, when analysing the relationship between ET and EG in European countries between 1995 and 2006 using a panel causality test, Abdullah and Morley (2014) discovered a bidirectional causality relationship between EG and ET. Similarly, Gashi et al. (2018) examined the relationship between taxation and EG in the Kosovo economy between 2007 and 2015, ultimately determining that ET had a positive effect on the nation's EG. Khaerul Azis and Widodo (2019) analysed the relationship between ET and EG for 140 countries and 57 sectors, from which they liuconcluded that ET have negative effects on both the countries' national income and carbon emissions. Additionally, Fan et al. (2019) concluded that ET can stimulate EG, protect resources, and reduce pollution. Ahmad et al. (2021) found that ET improved China's and India's environmental quality, which was determined to be an important driving force for their achieving sustainable EG. Conversely, Hassan et al. (2020) determined that tax revenues negatively affected the EG of 31 countries in the Organization for Co-operation and Development (OECD) while clarifying that the relationship between revenues from ET and EG differed according to whether or not countries had redistribution mechanisms for the revenue obtained from ET. Likewise, Mirović et al. (2022) identified a positive relationship between energy tax, transport tax, and pollution tax revenues and EG in Serbia between 2013 and 2021. Furthermore, Wang et al. (2022) focused on the impact of ET on intensive polluting industries in China. They analysed the data from companies that traded on the stock exchange in the most intensively polluting industries from 2016 to 2020. They used these data to investigate the impact of ET on the economic performance and technological innovation input of intensively polluting industries in China, ultimately determining that ET had a positive effect on China's EG and technological development. In a similar vein, Liu et al. (2023) investigated the relationship between ET, governance, and energy prices in achieving sustainable development in OECD countries, concluding that there was a close relationship between EG and environmental degradation. They also confirmed that the implementation of ET reduced CO2 emissions and improved environmental quality in this context.

Thus, the literature suggests that ET can have a positive impact on technological development, in that they incentivise firms to invest in cleaner and more efficient technologies, stimulate innovation, and contribute to sustainable EG. However, the relationship between ET and technological development is complex and may vary depending on the context and regulatory frameworks in place.

3. METHODOLOGY AND FINDINGS

This study investigated the effects of ET on CE between 1995 and 2020. The data used herein include the carbon emission, national income, government expenditure, and R&D expenditure data obtained from the World Bank database, as well as the total ET, transport taxes, and energy taxes data that were obtained from the Eurostat database. The data from 20 European countries were used, with these countries being determined according to the availability and accessibility of the data. The data are summarised in Table 1.

Table 1
The Study's Variables

<i>Variables</i>	<i>Representation in the Model</i>	<i>Source</i>
Carbon emissions	Inco2	<i>World Bank</i>
National income (2015 USD-based constant prices)	Ingdp	<i>World Bank</i>
National income squared	Ingdp2	-
Government expenditure	Inhk	<i>World Bank</i>
R&D expenditure	InRD	<i>World Bank</i>

Total environmental taxes	Intet	<i>Eurostat</i>
Transport taxes	Intt	<i>Eurostat</i>
Energy taxes	Inet	<i>Eurostat</i>

Note. The data cover the period between 1995 and 2020. All of the data were logarithmically transformed. The data on national income, government expenditure, and R&D expenditure were calculated in USD, while the total ET, transport taxes, and energy taxes were calculated in Euros. The data on the national income squared were calculated by the author based on the GDP data and added to the models.

The models used in the study were developed using Ahmad et al.'s (2021), liuet al.'s (2022), and Liu et al.'s (2023) models as a basis. The models and hypotheses used in the study are presented below.

Model 1:

$$\text{Inco2}_{it} = \vartheta_{it} + \beta_{1it}\text{lngdp}_{it} + \beta_{2it}\text{lngdp2}_{it} + \beta_{3it}\text{lngov}_{it} + \beta_{4it}\text{lnRD}_{it} + \beta_{5it}\text{Intet}_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

$$H_0: \beta_{1it} = \beta_{2it} = \beta_{3it} = \beta_{4it} = \beta_{5it} = 0$$

$$H_1: \beta_{1it} \neq \beta_{2it} \neq \beta_{3it} \neq \beta_{4it} \neq \beta_{5it} \neq 0$$

Model 2:

$$\text{Inco2}_{it} = \varphi_{it} + \theta_{1it}\text{lngdp}_{it} + \theta_{2it}\text{lngdp2}_{it} + \theta_{3it}\text{lngov}_{it} + \theta_{4it}\text{lnRD}_{it} + \theta_{5it}\text{Intt}_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

$$H_0: \theta_{1it} = \theta_{2it} = \theta_{3it} = \theta_{4it} = \theta_{5it} = 0$$

$$H_1: \theta_{1it} \neq \theta_{2it} \neq \theta_{3it} \neq \theta_{4it} \neq \theta_{5it} \neq 0$$

Model 3:

$$\text{Inco2}_{it} = \gamma_{it} + \delta_{1it}\text{lngdp}_{it} + \delta_{2it}\text{lngdp2}_{it} + \delta_{3it}\text{lngov}_{it} + \delta_{4it}\text{lnRD}_{it} + \delta_{5it}\text{Inet}_{it} + \omega_{it} \quad (3)$$

$$H_0: \delta_{1it} = \delta_{2it} = \delta_{3it} = \delta_{4it} = \delta_{5it} = 0$$

$$H_1: \delta_{1it} \neq \delta_{2it} \neq \delta_{3it} \neq \delta_{4it} \neq \delta_{5it} \neq 0$$

In all three models, Inco2 is the dependent variable, and lngdp, lngdp2, lngov, lnRD, Intet, Intt, and Inet are the independent variables. In the models, $t = 1, 2, \dots, T$ is the panel data time period; $i = 1, 2, \dots, N$ is the panel data cross-sectional unit; ϑ_{it} , φ_{it} , and γ_{it} are the fixed parameters; $\beta_{(1,\dots,4)i}$, $\theta_{(1,\dots,4)i}$, and $\delta_{(1,\dots,4)i}$ are the slope parameters; and μ_{it} , ϵ_{it} , and ω_{it} are the error terms. If the independent variables representing the models can be used to explain the dependent variable, the H_0 hypothesis will be rejected. However, if the independent variables cannot explain the dependent variable, the H_0 hypothesis will not be rejected.

Whether the models have horizontal cross-section dependence and homogeneous structure was also analysed. Using these results, a unit root test was applied, and the most appropriate estimation method was determined.

3.1. Cross-Section Dependence Test

Breusch-Pagan (1980), Pesaran (2004), and Pesaran et al. (2008) developed horizontal cross-section dependence tests, with Breusch-Pagan's (1980) test being preferred when the N is small and the T is large. Conversely, Pesaran (2004) recommends the use of the CD_{LM} test when the N and T are large and the CD test when the N is large and the T is small. Finally, Pesaran et al. (2008) proposed a bias-corrected LM_{adj} test by adding variance and the mean to the test. As a result of the test statistic calculated in this context, if the H_0 hypothesis is rejected, there is horizontal cross-section dependence. However, if it is not rejected, there is no horizontal cross-section dependence. The formulae used to calculate the LM , CD , CD_{LM} , and LM_{adj} cross-section test statistics herein are presented below (Yerdelen Tatoğlu, 2017: 237–247; Belke and Al, 2019: 309–310):

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2$$

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T \hat{\rho}_{ij}^2 - 1)$$

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2$$

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2 \frac{(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2 - \mu_{T_{ij}}}{v_{T_{ij}}}$$

3.2. Second Generation Unit Root Tests

To obtain consistent results from the data used in the study and the estimated models, it must be determined whether they contain unit roots or not, with these tests comprising unit root and stationarity tests. In unit root tests, the null hypothesis states that the series contains a unit root, while the null hypothesis states that the series does not contain a unit root and is stationary in stationarity tests. Therefore, stationarity tests are those that investigate the existence of a unit root, as well as those showing that the null hypothesis does not contain a unit root and that the process is stationary (Becker et al., 2006: 407).

$$X_{it} = \beta'Z_{it} + \varphi_{it} + \omega_{it} \quad (4)$$

$$\varphi_i = \varphi_{it-1} + \omega_{it} \quad (5)$$

In equation (4), $i=1, \dots, N$ represents the cross-sectional dimension, and $t=1, \dots, T$ represents the time dimension. Considering that the term $\sigma_{\omega_i}^2$ is the variance of the error term ω_{it} , the null hypothesis of the stationarity test, H_0 , states that the null hypothesis is zero for all units, while hypothesis H_1 states that there is a unit root. The hypotheses of the stationarity test are stated as follows (hadri and Rao, 2008: 248; Nazlıoğlu et al., 2021: 5):

$H_0: \sigma_{\omega_i}^2 = 0$ The investigated series is stationary.

$H_1: \sigma_{\omega_i}^2 > 0$ The investigated series contains a unit root.

Second generation panel stationarity tests allow for the inclusion of a common factor structure in the error term, as shown in equation (6) (Nazlıoğlu et al., 2021:5).

$$\varepsilon_{it} = \varphi_i'F_t + e_{it} \quad (6)$$

$$X_{it} = \beta'Z_{it} + \varphi_{it} + \varphi_i'F_t + \omega_{it} \quad (7)$$

Considering the common factor in equation (6), equation (7) is obtained from equation (4). Bai and Ng (2005) proposed a version of the Fisher test, denoted by $P_{m,PC}$, in which they used the principal components method to identify the common factor F_t term. Furthermore, Hadri and Kurozumi (2012) used the average extended bed cross-section approach in Pesaran's (2007) approach to remove the common factor (Nazlıoğlu et al., 2021: 5).

3.3. Dumitrescu-Hurlin Causality Test

The Dumitrescu-Hurlin (2012) causality test is a Granger causality test developed for heterogeneous panel data. The main hypothesis and the null hypothesis are that all ' β_i ' are equal to zero, while the alternative hypothesis is that some of the ' β_i ' are different from zero. The equation for the Dumitrescu-Hurlin Granger causality test, which was constructed according to the first equation of the panel vector autoregressive model, is detailed below (Tatoğlu, 2017: 154).

$$X_{it} = \theta_i + \sum_{n=1}^N \varphi_i^{(n)} X_{it-n} + \sum_{n=1}^N \beta_i^{(n)} Y_{it-n} + \omega_{it} \quad (8)$$

In Equation (8), the symbol (n) represents the lag length, the term $\beta_i^{(n)}$ represents the slope, $\varphi_i^{(n)}$ represents the autoregressive parameter, and ω_{it} represents the error term. To test the null hypothesis in equation (8), the presence of causality in each unit was investigated using the average of the Wald test statistics.

$$\bar{W}_{N,T} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_{i,T} \quad (9)$$

In this equation, $W_{i,T}$ is the unit-specific Wald test statistic used to test the null hypothesis of unit i . Accordingly, $W_{i,T}$ was calculated as follows (Dumitrescu and Hurlin, 2012: 1453; Tatoğlu, 2017: 155):

$$W_{i,T} = (T - 2K - 1) \left(\frac{\tilde{\omega}_i \Phi_i \tilde{\omega}_i}{\tilde{\omega}_i M_i \tilde{\omega}_i} \right) \quad (10)$$

In Equation (10), $\tilde{\omega}_i$ was normally distributed. Moreover, Φ_i and M_i were the positive definite, symmetric, and idempotent matrices (Dumitrescu and Hurlin, 2012: 1453; Tatoğlu, 2017: 156).

3.4. Results

In panel data analyses, it is important to investigate if there is correlation between units in order to perform model estimations in a credible manner. This is because if there is a horizontal cross-section in the units of the models, unit root tests and estimators that consider the presence of horizontal cross-sections should be used. In addition, the heterogeneous structures of the models should be investigated before estimating them. For this reason, a Swamy S test was used herein to investigate the heterogeneity of the models. This information is presented in Table 2, which indicates that each of the models used did not have horizontal cross-section dependence or a heterogeneous structure.

Table 2
Cross-Section Dependence and Homogeneity Test Results

<i>Models</i>	<i>Statistic Value</i>	<i>Probability Value</i>
Model 1		
<i>LM</i> _(Breusch, Pagan, 1980)	1123.86	0.000***
<i>CDlm</i> _(Pesaran 2004)	47.91	0.000***
<i>CD</i> _(Pesaran 2004)	22.16	0.000***
<i>LMadj</i> _(Puy, 2008)	47.48	0.000***
<i>Swamy S Test</i>	24736.66	0.000***
Model 2		
<i>LM</i> _(Breusch, Pagan, 1980)	1166.92	0.000***
<i>CDlm</i> _(Pesaran 2004)	50.11	0.000***
<i>CD</i> _(Pesaran 2004)	24.27	0.000***
<i>LMadj</i> _(Puy, 2008)	49.69	0.000***
<i>Swamy S Test</i>	17594.72	0.000***
Model 3		
<i>LM</i> _(Breusch, Pagan, 1980)	1076.57	0.000***
<i>CDlm</i> _(Pesaran 2004)	45.48	0.000***
<i>CD</i> _(Pesaran 2004)	20.74	0.000***
<i>LMadj</i> _(Puy, 2008)	46.06	0.000***
<i>Swamy S Test</i>	26487.38	0.000***

Note. *** Significance at a 1% level.

Considering that the models used herein had horizontal cross-sectional dependence and heterogeneous structures, the researchers analysed whether the data contained unit roots, for which the WCA unit root test was used, which is a robust estimation against cross-sectional dependence and heterogeneity. These findings indicated that the series were stationary at level values.

Table 3
Hadri-Kurozumi Unit Root Test Results

<i>Variables</i>	<i>WCA</i>
lnco2	-0.002
lngdp	-0.668
lngdp2	-0.662
lngov	-0.292
lnRD	-0.859
Intet	-0.904
Intt	-0.425
lnet	-0.9

Note. WCA; the Hadri-Kurozumi unit root test (2011) considers the model with constant. In this test, the 'Bartlett with Kurozumi rule' is used as the long-run variance estimation method.

The relationship between the data standing at level value was then investigated using the Dumitrescu-Hurlin Granger causality test. The results from this analysis are presented in Table 3, which shows that in all three models, national income, the square of national income, and public expenditures were the causes of carbon emissions, but there was no causality from R&D expenditures to carbon emissions. In addition, there was Granger causality from the total ET used in model 1, the transport taxes used in model 2, and the energy taxes used in model 3 to carbon emissions.

Table 4

Dumitrescu-Hurlin Panel Granger Causality Test

Direction of Causality	W-Statistic	p-Values	Hypotheses
Model 1			
Ingdp → Inco2	6.049	0.007***	H ₀ is rejected
Ingdp2 → Inco2	0.073	0.006***	H ₀ is rejected
Ingov → Inco2	4.956	0.049**	H ₀ is rejected
lnRD → Inco2	4.495	0.174	H ₀ is not rejected
Intet → Inco2	6.644	0.001***	H ₀ is rejected
Model 2			
Ingdp → Inco2	6.049	0.007***	H ₀ is rejected
Ingdp2 → Inco2	6.073	0.006***	H ₀ is rejected
Ingov → Inco2	4.956	0.049**	H ₀ is rejected
lnRD → Inco2	4.495	0.174	H ₀ is not rejected
Intt → Inco2	5.998	0.000***	H ₀ is rejected
Model 3			
Ingdp → Inco2	6.049	0.007***	H ₀ is rejected
Ingdp2 → Inco2	6.073	0.006***	H ₀ is rejected
Ingov → Inco2	4.956	0.049**	H ₀ is rejected
lnRD → Inco2	4.495	0.174	H ₀ is not rejected
Inet → Inco2	5.854	0.001***	H ₀ is rejected

Note. *** and ** Significance at the 1% and 5% level, respectively.

4. CONCLUSION AND EVALUATION

To make economic development sustainable and minimise environmental damage, countries have developed new policies on issues such as new energy sources, new technologies, and ET. ET are currently seen as an effective tool for reducing carbon emission rates and positively affecting national economies. Therefore, this study investigated the effects that ET have on CE in 20 EU member states. Herein, data on ET, total ET, transport taxes, and energy taxes were used in three different models. The findings indicate that there was a causality from income, the square of national income, and public expenditure to CE in all three models. However, there was no causality from R&D expenditure to CE in all three models. Therefore, the total ET, transport taxes, and energy taxes, which were considered ET herein, were found to be the cause of carbon emissions.

The analysis of the World Bank data demonstrated that EU countries made the third most CE after China and the United States of America in 2020. Of these nations, Germany, Italy, and France were the most significant contributors to carbon emissions. This indicates that the production structure for CE is an important consideration in the total production in these countries. Conversely, R&D expenditure was not the cause of carbon emissions in all three models, which indicates that the R&D based production structure was not predominantly used in production in the countries analysed herein. In addition, the total ET, transport taxes, and energy taxes were found to be the causes of carbon emissions. Therefore, ET should be the preferred policy instrument to reduce carbon emissions within the framework of both the Kyoto Protocol and Paris Agreement, as they are effective. Consequently, nations need to be incentivised to adopt R&D investments in order to ensure a transition to a production structure that is environmentally friendly in the context of total production. Finally, this research can be expanded on by investigating the long-term relationship between the sub-items of ET, such as transport and energy taxes and carbon emissions, thereby contributing to the literature.

REFERENCES

- Abdullah, S. and Morley, B. (2014). Environmental taxes and economic growth: evidence from panel causality tests. *Energy Economics*, 42, 27-33. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2013.11.013>
- Acemoglu, D., Aghion, P., Bursztyn, L., & Hémous, D. (2010). The environment and directed technical change. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1668575>

- Acemoglu, D., Aghion, P., Bursztyn, L., and Hemous, D. (2012). The environment and directed technical change. *Am. Econ. Rev.* 102, 131–166.
- Adam B. Jaffe, Karen Palmer; Environmental Regulation and Innovation: A Panel Data Study. *The Review of Economics and Statistics* 1997; 79 (4): 610–619. doi: <https://doi.org/10.1162/003465397557196>
- Ahmad, M. I., Ur Rehman, R., Naseem, M. A., & Ali, R. (2021). Do environmental taxes impede economic growth? A comparison between China and India. *International Journal of Financial Engineering*, 8(04), 2050023.
- Andrei, J., Mieila, M., Popescu, G. H., Nica, E., & Cristina, M. (2016). The impact and determinants of environmental taxation on economic growth communities in Romania. *Energies*, 9(11), 902.
- Bai, Y., and Chen, S. (2022). Empirical study on the impact of environmental regulation on enterprise environmental investment. *Environ. Resour. Ecol. J.* 6 (02).
- Baranzini, A., Goldemberg, J., & Speck, S. (2000). A future for carbon taxes. *Ecological economics*, 32(3), 395-412.
- Barro, R. 1990. Government expenditures in a simple endogenous growth model OECD, reports for tax revenues. <https://doi:10.1086/261726>
- Bashir, M., Ma, B., Shahbaz, M., & Jiao, Z. (2020). The nexus between environmental tax and carbon emissions with the roles of environmental technology and financial development. *Plos One*, 15(11), e0242412. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0242412>
- Becker, R., Enders, W., & Lee, J. (2006). A stationarity test in the presence of an unknown number of smooth breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3), 381-409.
- Belke, M., & İbrahim, A. L. (2019). Regional Inflation Convergence in Turkey: Evidence from Panel Unit Root Tests. *International Journal of Economics and Innovation*, 5(2), 301-323.
- Bi, Q., and Yu, C. (2019). Environmental tax and enterprise technological innovation: Promotion or suppression? *Sci. Res. Manag.* 12, 116–125.
- Bosquet, B. (2000). Environmental tax reform: does it work? A survey of the empirical evidence. *Ecological economics*, 34(1), 19-32.
- Breusch, T. S., & 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>
- Castiglione, C., Infante, D., Minervini, M. T., & Smirnova, J. (2014). Environmental taxation in Europe: What does it depend on?. *Cogent Economics & Finance*, 2(1), 967362.
- Cesaroni, F., and Arduini, R. (2001). *Environmental technologies in the European chemical industry*. Pisa, Italy.: Laboratory of Economics and Management. *Working Paper*. 9.
- Dogan, M. (2023). Environmental Tax Reform and the European Green Deal: Empirical Evidence from Panel Data Analysis. *International Journal of Public Finance*, 8(2), 335-352.
- Dökmen, G. (2012). Environmental Tax and Economic Growth: A Panel Var Analysis. *Erciyes University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 0 (40), 43-65.
- Dumitrescu, E. I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic modelling*, 29(4), 1450-1460. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.02.014>
- Ekins, P. (2012). Sustainable growth revisited: technology, economics and policy: A contribution to the special section of Mineral Economics 'Resources, energy and eco-innovation'. *Mineral economics*, 24, 59-77.
- Eurostat Statistics Explained, Air Pollution Statistics (2024). <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index> (access date: 05.03.2024).
- Eurostat Statistics Explained, Environmental Tax Statistics (2023). <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained> (access date: 04.03.2024).
- Fan, X., Li, X., & Yin, J. (2019). Impact of environmental tax on green development: a nonlinear dynamical system analysis. *Plos One*, 14(9), e0221264. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221264>
- Frede, E., Dahlyb, B. 2012. The Impact of Tax Cat on Economic Growth: Evidence Form Canadian Province. *National Tax Journal*, 65(3), 563-594.

- Freire-González, J. (2018). Environmental taxation and the double dividend hypothesis in CGE modelling literature: A critical review. *Journal of Policy Modeling*, 40(1), 194-223.
- Gashi, B., Asllani, G., & Boqolli, L. (2018). The effect of tax structure in economic growth. *International Journal of Economics and Business Administration*, VI(Issue 2), 56-67. <https://doi.org/10.35808/ijeba/157>
- Hadri, K., & Rao, Y. (2008). Panel stationarity test with structural breaks. *Oxford Bulletin of Economics and statistics*, 70(2), 245-269.
- Hashmi, R., & Alam, K. (2019). Dynamic relationship among environmental regulation, innovation, CO2 emissions, population, and economic growth in OECD countries: A panel investigation. *Journal of cleaner production*, 231, 1100-1109.
- Hassan, M., Oueslati, W., & Rousselière, D. (2020). Environmental taxes, reforms and economic growth: an empirical analysis of panel data. *Economic Systems*, 44(3), 100806.
- He, P., Ya, Q., Chengfeng, L., Yuan, Y., & Xiao, C. (2021). Nexus between environmental tax, economic growth, energy consumption, and carbon dioxide emissions: evidence from china, Finland, and Malaysia based on a Panel-ARDL approach. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(3), 698-712.
- He, Y. M., Luo, Q., and Zhu, X. W. (2018). Environmental regulation, ecological innovation and enterprise competitiveness: An analysis based on data of mineral resources enterprises. *Commer. Res.* 3, 132-137.
<https://data.oecd.org/>
<https://data.worldbank.org/>
- Idris, M. and Ahmad, T. (2017). Tax revenue and macroeconomic growth in nigeria: a contextual analysis. *Asian Journal of Economics Business and Accounting*, 3(2), 1-12. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2017/33362>
- Khaerul Azis, M., & Widodo, T. (2019). The Impact of Carbon Tax on GDP and Environment.
- Liu, H., Zafar, M., Sinha, A., & Khan, I. (2023). The path to sustainable environment: do environmental taxes and governance matter?. *Sustainable Development*, 31(4), 2278-2290. <https://doi.org/10.1002/sd.2505>
- Mirović, V., Kalaš, B., & Andrašić, J. (2022). Taxation and environmental protection in the function of sustainable growth: the case of serbia. *Ecologica*, 29(108), 647-652. <https://doi.org/10.18485/ecologica.2022.29.108.23>
- Mirović, V., Kalaš, B., & Milenković, N. (2021). Panel Cointegration Analysis of Total Environmental Taxes and Economic Growth in EU Countries. *Economic Analysis*, 54(1), 92-103.
- Nazlioglu, S., Payne, J. E., Lee, J., Rayos-Velazquez, M., & Karul, C. (2021). Convergence in OPEC carbon dioxide emissions: Evidence from new panel stationarity tests with factors and breaks. *Economic Modelling*, 100, 105498.
- Pesaran, M. H., & Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of econometrics*, 142(1), 50-93. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2007.05.010>
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers. Economics*, 1240(1), 1.
- Rafique, M. Z., Fareed, Z., Ferraz, D., Ikram, M., & Huang, S. (2022). Exploring the heterogenous impacts of environmental taxes on environmental footprints: an empirical assessment from developed economies. *Energy*, 238, 121753.
- Ren, G., & Chen, Y. (2023). Is the impact of environmental regulation on enterprise green technology innovation incentives or inhibitions? A re-examination based on the China meta-analysis. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 2705.
- Ricci, F., 2007. Channels of transmission of environmental policy to economic growth. *Ecol. Econ.* 60, 688-69.
- Romero, D., Strauch, R. 2008. Public Finance on long-term growth in Europe: Evidence from panel data analysis. *European Journal of Political Economy*, 24, 172-191.
- Sinn, H. W. (2008). Public policies against global warming: a supply side approach. *International tax and public finance*, 15, 360-394.
- Tatoğlu, F. Y. (2017). Panel time series analysis. *İstanbul: Beta Publishing*, (s 352).
- Tingbani, I., Salia, S., Hussain, J. G., & Alhassan, Y. (2021). Environmental tax, SME financing constraint, and innovation: evidence from OECD countries. *IEEE Transactions on Engineering Management*.

Wang, Z., Zhu, N., Wang, J., Hu, Y., & Nkana, M. (2022). The impact of environmental taxes on economic benefits and technology innovation input of heavily polluting industries in china. *Frontiers in Environmental Science*, 10. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.959939>

Widmalm, F. (1999). Tax structure and growth. Are some tax better than other? *Public choice*, Working paper 107, IMF. <https://www.jstor.org/stable/30026199>

Yerdelen Tatoğlu, F. (2017). *Panel Time Series Analysis with Stata Application*. Beta Publishing. İstanbul. ss. 356. (3. Baskı 2020).

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

Araştırma Makalesi RESEARCH ARTICLE

Gönderilme Tarihi: 27 Haziran 2024; Revize Edilmiş Hali: 29 Temmuz 2024; Kabul Tarihi: 30 Temmuz 2024

TÜRKİYE'DE GELENEKSEL OLMAYAN PARA
POLİTİKALARINA GEÇİŞ SONRASI BANKALARIN
BİLANÇO DEĞİŞİMLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA: 2010 VE
2024 DÖNEMLERİNİN ENTROPİ VE CRITIC YÖNTEMLERİ
İLE ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI
AN APPLICATION ON BANKS' BALANCE SHEET CHANGES AFTER THE
TRANSITION TO NON-TRADITIONAL MONETARY POLICIES IN
TURKEY: ANALYSIS AND COMPARISON OF 2010 AND 2024 PERIODS
WITH ENTROPY AND CRITIC METHODS

Taner AKÇACI¹ Okan GÜLEÇ¹

Öz

Ekonomik istikrar, ülkelerin en temel ekonomik hedefidir. Ekonomik istikrarın temelini fiyat istikrarı ve finansal istikrar oluşturur. 2008 Küresel Ekonomik Krizi'ne kadar birçok ülke fiyat istikrarı temelli para politikaları yürütürken, kriz sonrası fiyat istikrarı yanında finansal istikrar gerekliliği anlamıştır. Türkiye'de 2017 yılından sonra fiyat istikrarı bozulmaya başlamış ve devamında finansal istikrar etkilenmiştir. Fiyat istikrarının bozulması sonrası paranın hızla değer kaybetmesi tasarruf sahiplerini farklı para tutma araçlarına yöneltmiştir. Bu çalışmada, Türkiye'nin geleneksel olmayan para politikası araçlarını kullanmaya başladıktan sonraki dönemde, bankaların kredi ve mevduat toplamlarındaki değişimler ve bankaların ekonomik istikrarın bozulduğu ortamdaki yatırım tercihleri incelenmiştir. Önceki dönemlerde borç verdiği kredileri topladığı mevduatlar ile fonlayan bankalar, bu süreçte farklı bir yol izlemiştir. Son bir yılda bankaların topladığı mevduatlar, borç verdiği kredilerin çok üstüne çıkmıştır. Ellerindeki fazla mevduatları menkul değerlere yönlendirmişlerdir. En çok tercih edilen menkul değer ise devlet tahvili olmuştur. Verilerle ulaşılan sonuçları destekleyebilmek adına çalışmaya konu olan Haziran 2010 ve Mart 2024 dönemlerine ait verilerin ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri ile ağırlıklandırılması yapılmıştır. Her iki yöntemde de 2024 döneminde 2010 dönemine göre devlet tahvillerinin ağırlığında artış görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Faiz, Mevduat, Para Politikası, Ekonomik İstikrar.

Abstract

Economic stability is the most basic economic goal of countries. The basis of economic stability is price stability and financial stability. While many countries implemented price stability-based monetary policies until the 2008 Global Economic Crisis, the necessity of financial stability along with price stability was understood after the crisis. After 2017, price stability began to deteriorate and financial stability was subsequently affected in Turkey. The rapid depreciation of money following the deterioration of price stability has led savers to different money holding tools. In this study, changes in banks' loan and deposit totals and investment preferences of banks in an environment where economic stability was disrupted in the period after Turkey started using non-traditional monetary policy tools were examined. Banks, which in previous periods funded the loans they lent with the deposits they collected, followed a different path in this process. In the last year, deposits collected by banks have exceeded the loans they lent. They directed their excess deposits to securities. The most preferred security was government bonds. In order to support the results obtained with the data, the data for the periods of June 2010 and March 2024, which are the subject of the study, were weighted with ENTROPY and CRITIC methods. In both methods, there was an increase in the weight of government bonds in the 2024 period compared to the 2010 period.

Keywords: Interest, Deposit, Monetary Policy, Economic Stability

¹Prof.Dr., akcaci@gantep.edu.tr Gaziantep Üniversitesi, İslahiye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 0000-0002-5343-0894

²Arş.Gör., ogulec@gantep.edu.tr Gaziantep Üniversitesi, İslahiye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 0009-0000-5936-4720

Citation: Akcaci, T., Güleç, O. Türkiye'de Geleneksel Olmayan Para Politikalarına Geçiş Sonrası Bankaların Bilanço Değişimleri Üzerine Bir Uygulama: 2010 ve 2024 Dönemlerinin Entropi ve Critic Yöntemleri ile Analizi ve Karşılaştırılması, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, (2024) 7(1):1-18, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem>.

1. GİRİŞ

1990'lı yıllarda küreselleşmenin hız kazanması ile sermaye hareketleri de hız kazanmış olup, gelişmekte olan ülkeler hızlı sermaye giriş çıkışlarından gelişmiş ülkelere göre daha çok etkilenmiştir. Bu dönemde Asya ve Güney Amerika kıtalarında birçok gelişmekte olan ülkede ekonomik krizler görülmüştür. Özellikle finansal serbestleşmenin getirisi olarak kısa vadeli spekülasyon sermaye hareketleri gelişmekte olan ülkelerde yoğun olarak görülmüş ve bu ülkelerde finansal istikrar sorunu ortaya çıkmıştır.

2008 Küresel Krizin dünyadaki yansımalarına istinaden Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) 2010 yılı itibari ile geleneksel para politikalarından farklı olarak yeni politika araçları kullanmaya başlamıştır. Bu araçlardan en etkin kullanılanı faiz koridorudur. Faiz koridoru kullanım amacı, sermaye giriş çıkışlarının hızlı gerçekleşmesine bağlı olarak ortaya çıkan finansal etkileri yumuşatmak hatta bu etkileri en düşük düzeye indirmektir. Gelişmekte olan ülkeler özellikle finansal istikrarı sağlamak adına faiz koridoru uygulamasına başvurmaktadır. Gelişmiş ülkelerin finansal sistemlerinin temeli gelişmekte olan ülkelere göre daha sağlamdır. Buna karşın gelişmiş ülkeler de faiz koridoru sistemini uzun yıllardır kullanmaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye'de faiz koridoru uygulamasına geçiş ve sonraki dönemde ekonomi politikalarının gidişatının bankaların kredi ve mevduat faizleri ve toplamlarına yansımaları incelenmiştir. TCMB 2010'dan sonra finansal istikrarı da fiyat istikrarı ile eş zamanlı sağlayabilmek adına bazı politika enstrümanları kullanmıştır. Bu iki temel istikrar hedefinin ana amacı ekonomik istikrar sağlamaktır. TCMB'nin ekonomik istikrarı sağlamak isterken özellikle faiz kararları finansal istikrarı ve fiyat istikrarını birlikte etkilerken, bankaların kredi ve mevduatlarında da önemli değişimlere yol açmıştır. Kredi ve mevduatlardaki değişimin ne yönde olduğu ve bankaların bilançolarındaki değerlerin ağırlıklarının ne yönde değiştiğini gösterebilmek adına ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri ile her iki döneme ait verilerin ağırlıklandırılması yapılmıştır.

2. GELENEKSEL PARA POLİTİKASI ARAÇLARI

Geleneksel para politikası, 2008 Krizine kadar, tüm devletlerin yoğun olarak uyguladığı para politikası uygulamalarıdır. Geleneksel para politikalarının en temel amacı, fiyat istikrarını sağlamaktır. 2001 Krizinden sonraki dönemde Merkez Bankası Kanunu'nda değişikliğe gidilmiş, esas amacı fiyat istikrarını sağlamak olan Merkez Bankası yapısı oluşturulmaya çalışılmıştır (Duramaz ve Dilber, 2015:30). Fiyat istikrarını sağlamak için önceden belirlenen enflasyon hedeflerinin tutturulması amaçlanmıştır. Geleneksel para politikaları; açık piyasa işlemleri, reeskont politikası, yasal karşılık oranı ve seçici kredi politikası şeklinde sıralanabilir.

Açık piyasa işlemleri, piyasadaki likiditeyi kontrol altında tutmak maksadıyla, Merkez Bankalarının ticari bankalara ya da ticari bankalar kanalı ile kişi ve firmalara menkul kıymet (hazine bonosu, likidite senedi, devlet tahvili) satması ya da tam tersi menkul kıymet alması şeklinde açıklanabilir (Tüyen, 2014:26). Merkez Bankası menkul kıymet alım satımı yaparak dolaşımdaki paranın hacmini arttırabilir ya da azaltabilir. Menkul kıymet satılarak, piyasadan para çekilebilir ve piyasadaki nakit hacmi azaltılabilir, menkul kıymet alınarak piyasaya para girişi sağlanabilir ve nakit hacmi arttırılabilir.

Reeskont, Ticari bankalar tarafından günü dolmamış senetlerin Merkez Bankasına, nakit gereksinimlerini karşılamak amacı ile tekrar iskonto ettirilmesidir. (Azizov, 2012:67). Merkez bankası reeskont işlemini belirli bir faiz oranı ile yapmaktadır. Reeskont politikası ile, bankaların kredi hacmi kontrol edilmeye çalışılmaktadır.

Yasal karşılık oranları, ilk olarak 1936'da ABD Merkez Bankası (FED) tarafından kullanılan araçtır ve bankaların bünyesindeki mevduatlara karşılık, Merkez Bankası'nda bulundurmaları ile yükümlü olduğu rezervlerdir (Ayrancıoğlu, 1999:21). Zorunlu karşılık oranları da denen bu rezervlerin artması bankaların ödünç verdiği fon miktarını azaltmasına ve dolayısıyla piyasadaki para hacminin azalmasına, tam tersi durumda rezervlerin azalması bankaların ödünç verdiği fonları arttırmasına ve dolayısıyla piyasadaki para miktarının artmasına yol açacaktır.

Seçici kredi politikası, ekonomik kalkınma amacı kapsamında gelişimine öncelik verilen sektörlerle ya da kesimlere kredi sağlarken öncelik tanınmasıdır (Özker, 2008:124). Seçici kredi politikaları, faydacı bir yaklaşımla ekonominin öncelikli sektörlerine kredi tahsis edilirken geniş bir ekonomik ve politik hedefler yelpazesinde oluşturulmalıdır (Khatkhate ve Villanueva, 1978:980).

3. GELENEKSEL OLMAYAN PARA POLİTİKALARI VE FAİZ KORİDORU

2008 Global Krizi, düşük faizler ile verilen konut (mortgage) kredileri ile faiz yapısı arasındaki uyumun bozulması ve devam eden süreçte konut fiyatlarındaki gerçek dışı fiyat artışlarının sebep olduğu balon, kredi türev piyasaların çeşitlenmesi, kredi derecelendirme sorunları ve menkul kıymet fonlama sorunları sebebiyle başlamıştır (Şimşek

ve Altay, 2009:15). 2008 Küresel Ekonomik Krizi'nden sonra fiyat istikrarının sağlanmasının finansal istikrarı da sağlayacağı görüşü, çok düşük enflasyon oranlarının varlık fiyatlarında balon yaratmasına sebep olduğunun anlaşılması ile yerini finansal istikrarı sağlamanın bağımsız bir politik gerektirdiği görüşüne bırakmıştır (Serel ve Özkurt, 2014:57). Merkez Bankaları fiyat istikrarı sağlarken politika faizini kullanarak parasal aktarım mekanizması ile fiyat istikrarını sağlamaya çalışmaktaydı. Fiyat istikrarı yanında finansal istikrarı sağlamak için yeni para politikası araçları ortaya çıkmıştır. Bunlardan bazıları, miktar genişlemesi, kredi genişlemesi ve faiz koridorudur.

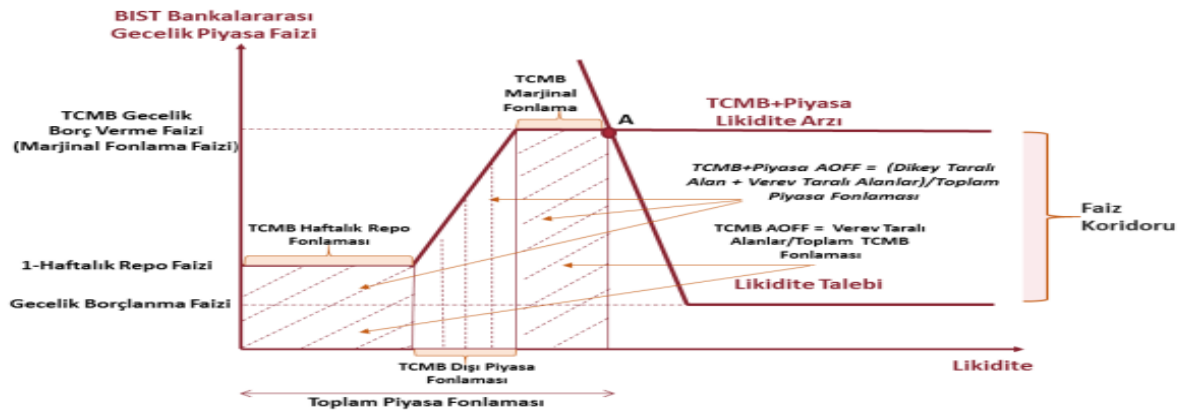
Merkez Bankalarının politika faiz oranlarını sıfır düzeyine yaklaştırmasına rağmen piyasadaki likidite yetersizliğinin devam etmesi durumunda başvurduğu yöntemlerden biri miktar genişlemesidir (Vural, 2013:21). Merkez Bankası bu yöntem ile piyasadaki varlık alarak piyasaya para sürebilir. Bir diğer yöntem olan kredi genişlemesi ya da kredi gevşemesi, Merkez Bankası'nın, anonim şirketlere ait borç senetlerinin likidite daralması ve dağılımı sorununu çözmek için varlığa dayalı menkul kıymetlerin satın alınmasını direkt olarak yapmasıdır (Perera, 2010:19). Kredi genişlemesinin esas amacı, işlevsizleşmeye başlayan piyasaları yeniden canlandırmak ya da işlevselliğini kaybeden piyasaları yeniden kurmak, kredi risk primlerini düşürmek ve likidite sıkıntılarını gidermektir (Öner, 2015:44). Kredi genişlemesi piyasadaki menkul kıymet olarak likiditeyi arttırmayı amaçlarken, miktar genişlemesi piyasadaki para miktarını artırarak likidite sorununu çözmeye çalışır. İki yöntem uygulama aşamasında bu açıdan farklılık gösterir.

Faiz koridoru, en basit tanımı ile, merkez bankasının gecelik borç alma ve borç verme penceresi arasındaki genişlik olarak ifade edilebilir (Ünalı, 2015:2). Gecelik borç verme faizinin üst sınırı, gecelik borçlanma faizinin alt sınırını oluşturduğu, spekülasyon araçların ve kısa vadeli sermaye giriş çıkışlarının sebep olabileceği riskleri azaltmak için kullanılan sisteme faiz koridoru sistemi denir (Gökalp, 2015:25). Faiz koridoru, 2008 Küresel Krizi'nin etkilerini göz önüne alarak Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) tarafından 2010 yılı itibarıyla kullanılmaya başlanmıştır.

Şekil 1'de yatay eksen likidite miktarını, dikey eksen faiz oranlarını göstermektedir. Likidite miktarını gösteren eğriler likidite arz ve talep eğrileridir. Likidite arzı TCMB ve TCMB dışındaki diğer ticari bankalardan sağlanmaktadır. TCMB fonlamayı marjinal fonlama da denen gecelik borç verme faizinden ya da haftalık repo faizinden yapmaktadır. Haftalık repo faizi, bir hafta boyunca sabit olacağı için, o faiz oranında oluşan likidite arzı yatay eksene paraleldir. Ticari bankaların likidite gereksinimi haftalık repo faizinden sağlanan fonlamadan daha fazla olursa, bu ihtiyacı diğer bankalardan daha yüksek faiz oranı ile gidermektedir. Bankaların diğer bankalardan borçlandığı likidite miktarını gösteren arz eğrisi likidite arz eğrisinin pozitif eğimli kısmıdır. Bu eğrinin pozitif eğimli olma sebebi, fon sağlayan bankalar faiz oranları arttıkça borç verecekleri fon miktarını arttıracaklardır. TCMB dışı kaynakların sağladığı fonların da yetersiz kalması durumunda, TCMB tekrar devreye girerek marjinal fonlama faizinden fon sağlar. Bu oranda likidite arz eğrisi yeniden yatay eksene paralel hale gelir. Çünkü TCMB bu oranın altında ya da üstünde bir faiz oranından fonlama yapmayacaktır. Likidite talep eğrisi, faiz oranları ile ters ilişki içinde olduğundan, faiz oranları arttıkça likidite talebi düşmektedir. Eğrinin yatay eksene paralel olduğu kısım, piyasa faizleri gecelik borçlanma faizlerinin altına düşmeyeceği için oluşmaktadır. A denge noktası, bankalararası para piyasası faizidir ve likidite arz ve talebinin dengesini gösterir.

Şekil 1

Faiz Koridorunun İşleyişine İlişkin Bir Örnek



Kaynak: (Ünalı, 2015)

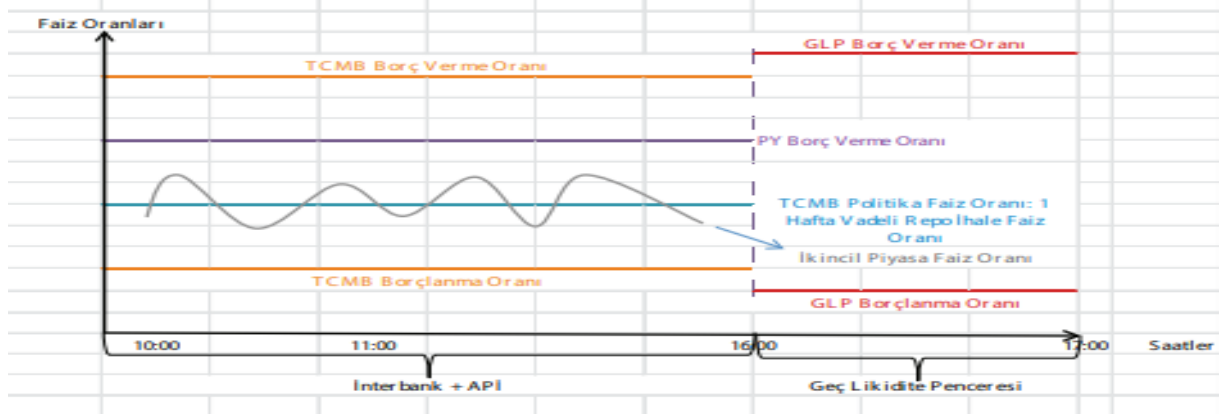
Faiz koridoru sisteminin bir türevi olarak adlandırabileceğimiz geç likidite penceresi uygulaması, faiz koridoruna benzer şekilde çalışmakla birlikte bazı farklılıkları vardır. Bankalar, piyasanın kapalı olduğu ve zorunlu rezervlerin

bildirildiği günlerde, iş gününün tam gün ya da yarım gün olması durumuna göre belirli saat aralıklarında belirli bir üst sınır bulunmaksızın TCMB'den borç alabilirler ya da TCMB'ye borç verebilirler (Yücememiş vd., 2015:461).

Şekil 2'de geç likidite penceresi ile faiz koridoru bir arada verilmiştir. Geç likidite penceresi borçlanma ve borç verme oranları, faiz oranları alt ve üst limitine göre daha geniş bir aralığı göstermektedir.

Şekil 2

Geç Likidite Penceresi



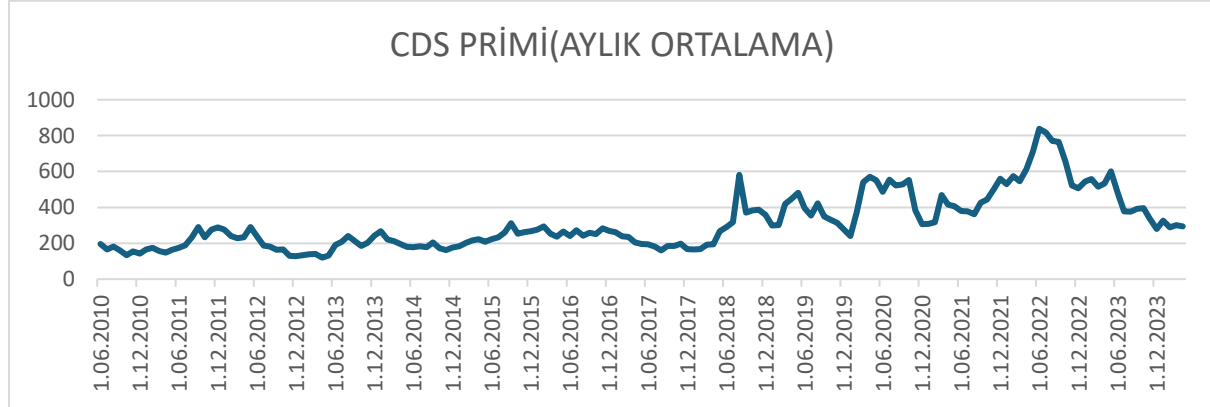
Kaynak: (Kara, 2012)

4. CDS PRİMİ KAVRAMI, TÜRKİYE'NİN CDS PRİMİ VE FİYAT İSTİKRARI İLİŞKİSİ

CDS (Credit Default Swap), kredi temerrüt takası denen prim, kısaca bir risk primidir. CDS primi, alacaklı kişi ya da kurumun borçlu olan tarafın borcunu ödememe riskine karşı, üçüncü bir taraf ile yaptığı kredi sigorta anlaşmasına istinaden ödediği prim olarak adlandırılabilir (Reyhan, 2019:22). Alacaklı taraf borcunun vadesi dolması ve borçlunun borcunun ödememesi durumunda anlaşma yaptığı kurumdan alacağını tahsil etme hakkına sahiptir. CDS risk primi ne kadar yüksekse, alacaklı taraf o kadar çok risk primi ödeyecektir. CDS primleri ülkelerin kredi risk göstergeleri açısından önemli bir ölçüt kabul edilmesinin yanında, gelişmekte olan ülkelerin piyasalarının finansal koşulları ve para politikalarının gidişatını etkilemektedir (Varlık ve Varlık, 2017:9).

Grafik 1

Türkiye'nin 2010/06-2024/04 Dönemine Ait Aylık Ortalama CDS Primi Verileri



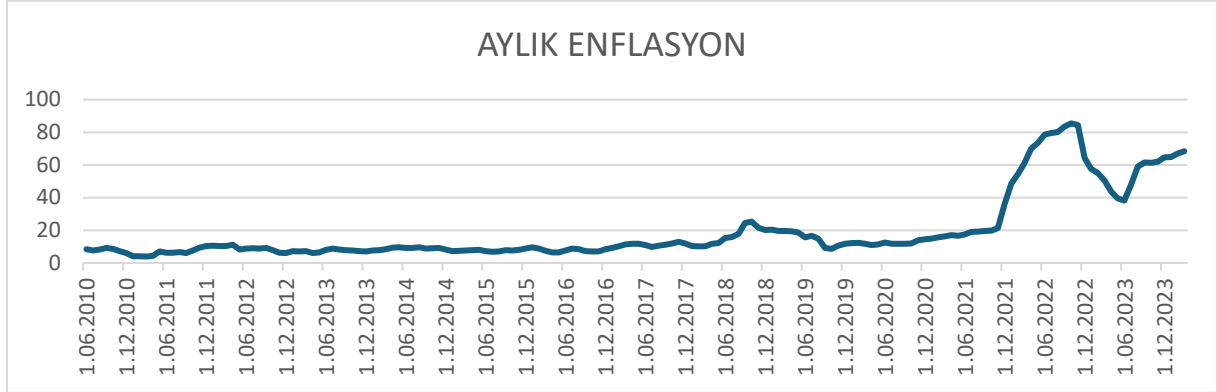
Kaynak: <https://tr.investing.com/>

Grafik 1'de Türkiye'nin CDS primi verileri aylık ortalama değerler şeklinde gösterilmiş olup, grafikteki veri aralığı 6 aylık aralıklarla gösterilmiştir. TCMB'nin faiz koridorunu kullanmaya başladığı Mayıs 2010 döneminden sonraki Haziran 2010 döneminden itibaren 2017 Aralık dönemine kadar CDS priminin belirli bir aralıkta sonraki dönemlere nispeten daha istikrarlıdır. 2017 yılından sonra istikrarını yitiren CDS primi çok daha geniş aralıklarda dalgalanmıştır. CDS priminin finansal istikrar açısından önemli bir göstergedir. Geleneksel olmayan para politikası araçlarının 2008 krizinden sonraki temel hedeflerinin fiyat istikrarı ile finansal istikrarın birlikte olduğunu göz

alırsak, fiyat istikrarındaki değişimin CDS primine yansımaları daha iyi görebilmek adına aynı döneme ait enflasyon verilerini inceleyebiliriz.

Grafik 2

Türkiye'nin 2010/06-2024/04 Dönemine Ait Aylık Enflasyon Değişim (%)



Kaynak: <https://www.tcmb.gov.tr/>

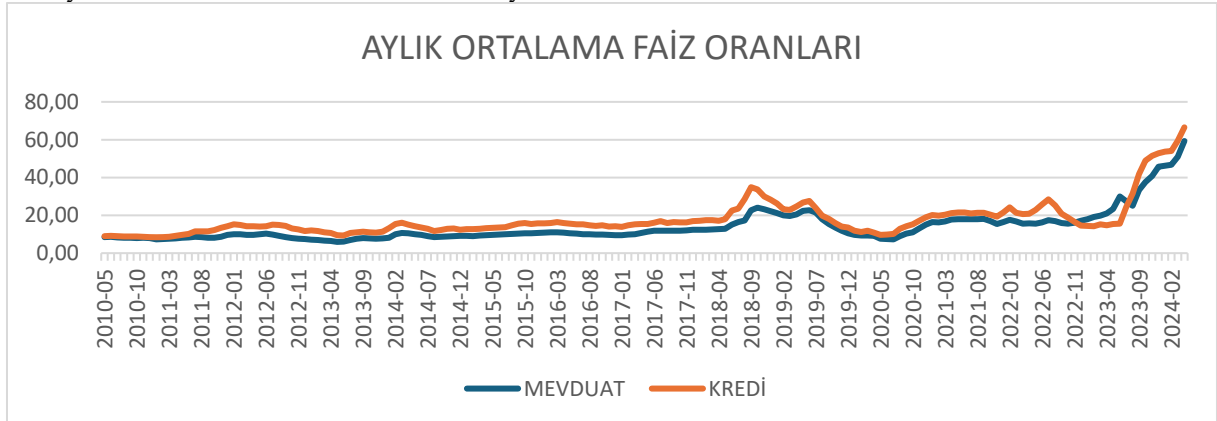
Fiyat istikrarının en önemli göstergesi olan enflasyon verilerini incelediğimizde, CDS primindeki istikrarsızlık ile benzer bir trend görülmektedir. Grafik 2'de 2017 yılından sonra başlayan istikrarsızlık, Grafik 1'de CDS primi verilerindeki 2017 sonrası başlayan oynaklık ile benzer bir trend göstermektedir. Bu verilerden yola çıkarak, fiyat istikrarı ile finansal istikrarın birlikte sağlanması, ekonomideki istikrarı sağlamak adına önemli bir politika olduğunu söyleyebiliriz.

5. BANKALARIN KREDİ VE MEVDUAT FAİZİ TERCİHLERİ

Kredi ve mevduat faizleri tüketim ve tasarruf kararlarına yön verebilir. Kredi faizlerinin düşük olduğu ya da düşmeye başladığı dönemlerde geleceğe yönelik borçlanarak tüketim harcamaları artabilir. Buna ek olarak, kredi faizlerinin düşük olması üreticileri ve girişimcileri kredi kullanarak üretimi arttırmaları ya da yeni yatırımlar yapması konusunda cezbedecektir. Mevduat faizlerinin yüksek olduğu ya da yükselmeye başladığı dönemlerde tasarruf sahiplerinin mevduata yönelme eğilimi olacaktır. Bunun dışında yüksek faizler, yurtdışından ülke içine döviz girişine ortam hazırlar ve ülkeye döviz girişi kur üzerinde etkili olacaktır.

Grafik 3

Türkiye'nin 2010/05-2024/03 Dönemine Ait Aylık Ortalama Mevduat ve Kredi Faiz Oranları



Kaynak: <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

Grafik 3'te Türkiye'nin Mayıs 2010 ve Nisan 2024 dönemleri arasındaki aylık mevduat ve kredi faiz oranları gösterilmiştir. Baktığımızda ilk göze çarpan, daha önce ele aldığımız CDS ve enflasyon göstergelerinde olduğu gibi 2017 yılına kadarki döneme kadar istikrarlı giden bu oranların 2017'den sonra düzensiz bir şekilde dalgalandığı ve son bir yılda çok hızlı bir şekilde arttığıdır. Kredi faizleri, istikrarlı dönemde mevduat faizlerinden her zaman daha yüksek bir seviyede seyretmiştir. Bunun sebebi, bankalar ödünç aldığı ve belirli bir vadenin sonunda faiz kazancı vadederek tuttuğu mevduatlara ödeme yaparken, kredi olarak ödünç verdiği fonlara faiz uygulayarak kredi kullananlardan ödeme alır. Bankalar kredilere uyguladığı faizlerin mevduata uyguladığı faizlerden yüksek olmasını ister. Aradaki fark bankaların karına katkı sağlayan önemli bir gelir kalemidir. Kasım

2022 döneminden sonra Ağustos 2023 dönemine kadar geçen sürede, mevduat faizleri kredi faizlerinden daha yüksektir. Bunun sebebi, yüksek enflasyonist ortamda birçok mevduat sahibi paranın hızla değer kaybetmesine istinaden mevduat dışındaki yatırım araçlarına yönelmek isteyebilir. Bu durum bankaların likidite kaynakları arasında önemli yer tutan mevduatların azalmasına ve bankaların likidite sıkıntısı çekmesine sebep olabilir. Bankalar bu sorunu yaşamamak adına bu dönemde mevduat faizlerini daha yüksek tutmuş olabilir. Ağustos 2023 sonrası dönemde kredi faizleri tekrardan mevduat faizlerinin üstüne çıkarak bankalar için daha tercih edilebilir duruma dönmüştür.

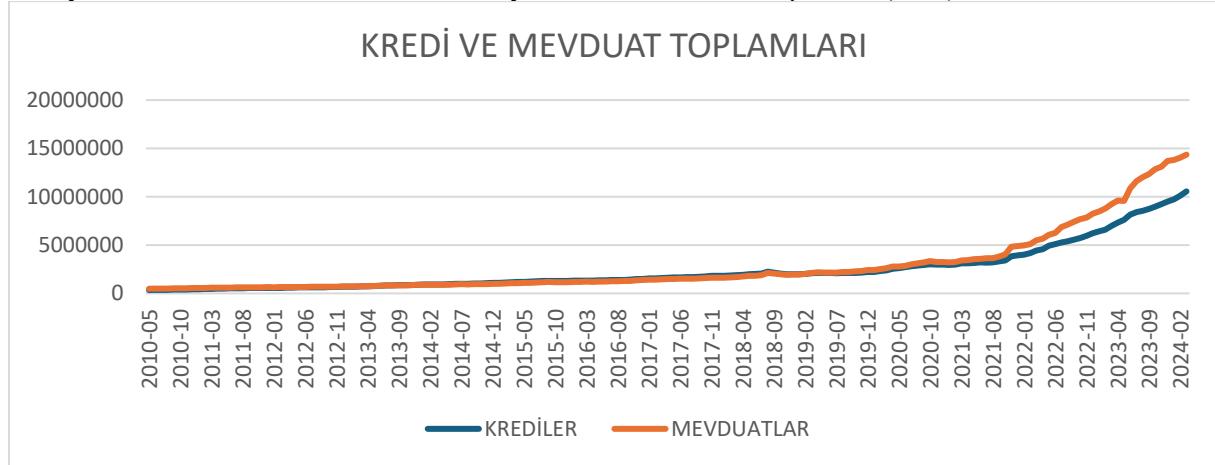
5.1. Bankaların Kredi ve Mevduat Toplamları

Mevduatların krediye dönüşmesi bankalara faiz farklarından oluşan kar getirmesi dışında, kaydı para yaratma işlevini de sağlar (Kale, 2017:210). Bankalar, verdiği kredilere sağladığı fonu büyük oranda mevduatlardan sağlamaktadır.

Grafik 4 incelendiğinde, Türkiye'nin Mayıs 2010 döneminden Haziran 2017 dönemine kadarki kredi ve mevduat toplamları hemen hemen aynı oranda artmış olup, birbirini karşılamaktadır. 2021 yılında fiyat istikrarının bozulduğunun iyice hissedildiği dönemden itibaren mevduat toplamında kredi toplamına göre çok büyük bir artış söz konusudur. Mevduat toplamı çok hızlı artarken, kredi toplamı daha düşük düzeyde seyretmiştir. Bankalar, yüksek ve cazip oranda mevduat faizleri ile mevduatları toplarken, daha önceki dönemlerde olduğu gibi aynı oranda kredi dağıtamamıştır. Bu durum, ekonomi politikaları kaynaklı olabileceği gibi, tüketicilerin çok yüksek faiz oranlarından borçlanma konusunda isteksizliği olabilir. Bankaların bu durumda ellerindeki krediye dönüştüremediği mevduatları farklı yatırım araçlarına aktarmayı tercih edebilir.

Grafik 4

Türkiye'nin 2010/05-2024/03 Dönemine Ait Aylık Kredi ve Mevduat Toplamları (1000)



Kaynak: <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

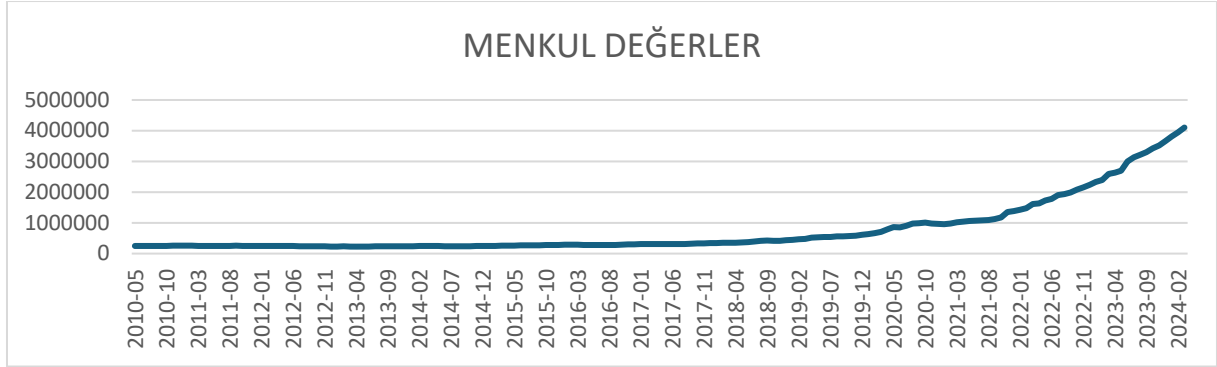
5.2. Bankaların Menkul Değerleri

Bir bankanın fon kaynakları: mevduat, alınan krediler, para piyasasından sağlanan fonlar, ihraç edilen menkul kıymetler, özkaynaklar ve diğer fonlar; yatırım seçenekleri ise: menkul değerler, krediler, likit aktifler ve para piyasasından alacaklar, maddi duran varlıklar ve diğer aktiflerdir (Kale, 2017:210). Bankalar, elde ettiği ve krediye dönüştüremediği fazla mevduatı diğer yatırım seçeneklerine yöneltebilir.

Grafik 5'i incelediğimizde, grafik 4'te gösterilen bankaların mevduat toplamalarının kredi toplamalarının üstüne çıktığı ve farkın iyice açıldığı 2019 yılından itibaren menkul değerlerin artış hızı gözle görülür bir şekilde artmaktadır. İki grafiği ele alırsak; bankaların mevduat toplamları hızla artarken kredi toplamının artış hızının aynı düzeyde olmaması ve buna müteakip bankaların menkul değerler toplamının da aynı dönemde hızla artması, bankaların fazla mevduatları değerlendirmek için kredi yerine diğer yatırım seçeneklerine yöneldiği şeklinde yorumlanabilir.

Grafik 5

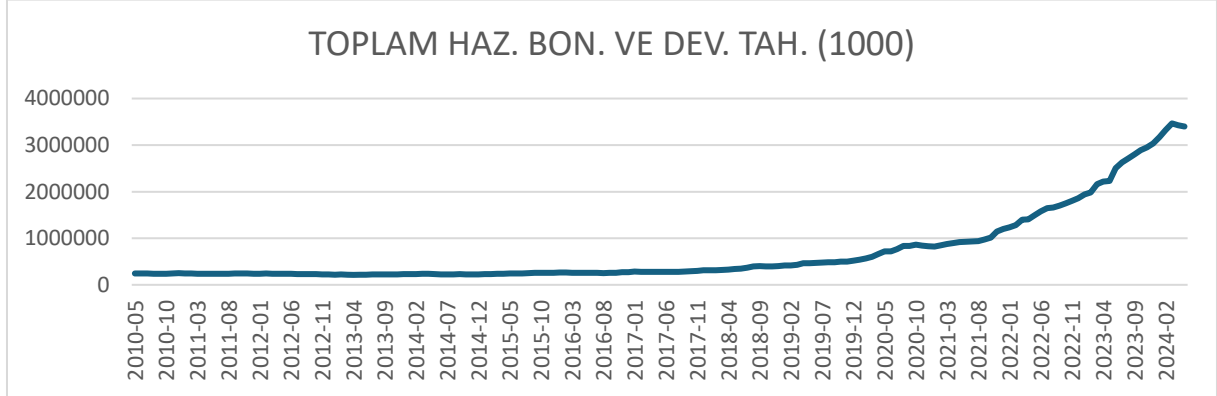
Türkiye'nin 2010/05-2024/03 Dönemine Ait Aylık Menkul Değerler Toplamı (1000)

**Kaynak:** <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

Bankaların topladığı mevduat ile ödünç verdiği krediler arasındaki farkın son yılda iyice açıldığı ve buna ek olarak bankaların menkul değerlerinin arttığı belirtilmişti. Bankaların yatırım seçeneklerinden biri olan menkul değerlerin hangisine yöneldiği de önemlidir. Bunu gözlemleyebilmek adına aynı döneme ait hazine bonusu ve devlet tahvillerini inceleyebiliriz.

Grafik 6

Türkiye'nin 2010/05-2024/03 Dönemine Ait Aylık Hazine Bonusu ve Devlet Tahvilleri Toplamı (1000)

**Kaynak:** <https://evds2.tcmb.gov.tr/>

Grafik 6'de Türkiye'nin Mayıs 2010 ve Mayıs 2024 arası dönemlere ait bankaların aylık hazine bonusu ve devlet tahvilleri toplamaları incelendiğinde, 2017 yılına kadar istikrarlı bir trende sahip olan bu değerler, 2017 yılından sonra artmaya başlamış olup 2021 yılında hızlanarak artmaya devam etmiştir. 2021 yılından sonra bu trend grafikteki değişimden de anlaşılacağı üzere, hızlı bir şekilde artarak çok yüksek seviyelere ulaşmıştır. Devlet tahvili ve hazine bonusu oranı menkul kıymetlerin toplamı içinde en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Bu verilere göre, bankaların son yıllarda menkul kıymetler içindeki en yüksek talebin hazine bonusu ve devlet tahvillerine olduğunu söyleyebiliriz.

6. LİTERATÜR TARAMASI

Bankaların performans ölçümlerinde kullanılan çok kriterli karar verme yöntemlerinden (ÇKKV) bazıları kriterlerin ağırlıklandırılması bazıları da kriterlerin sıralanması için kullanılmaktadır. Literatürde hangi yöntemlerin kullanıldığı ve ulaşılan sonuçlar incelenerek çalışmanın literatüre nasıl bir katkı sağlayacağı araştırılmıştır.

Dursun ve Bozkır (2018), çalışmalarında 2013-2017 dönemini inceleyerek aktif büyüklük sıralamasında ilk 10'da yer alan bankaların performans ölçümlerini yapmayı amaçlamıştır. TOPSIS yöntemi ile bankalar aktif kalitesine göre sıralanmıştır. Elde edilen bulgularda en dikkat çekici sonuç, Akbank'ın 2013 yılında son sırada yer almasına rağmen, 2015 ve 2017 yıllarında ilk sırada yer almasıdır.

Ayçin ve Orçun (2019), çalışmalarında 500 ve daha fazla şubeye sahip olan mevduat bankaları hakkında araştırma yapmışlardır. 2016-2017 yıllarına ait performans ölçümü yapılan çalışmada, ENTROPİ yöntemi ile

ağırlıklandırması yapılan kriterler, MAIRCA yöntemi ile sıralanmıştır. T.C. Ziraat Bankası her iyi yıl için en başarılı banka olurken, Türkiye Vakıflar Bankası en başarısız banka olmuştur.

Gezen (2019), çalışmasında, 2010-2017 dönemini incelemiş, ENTROPİ ve WASPAS yöntemlerini kullanmıştır. 3 katılım bankasının yıllara göre performansı sıralanmıştır. Her yıl ayrı ayrı incelenerek performans analizi yapılmıştır. Yıllara göre Türkiye Finans Katılım Bankası 5 farklı yılda en iyi performansı gösterirken, diğer yıllarda Kuveyt Türk Katılım Bankası birinci sırada yer almıştır.

Ünal (2019), çalışmasında SD ve WASPAS yöntemlerini kullanarak mevduat bankalarının 2014-2018 yıllarına ait performanslarını ölçmeyi amaçlamıştır. Bu döneme ait 8 finansal göstergenin değerlendirildiği çalışmada, her yıla ait farklı kriterin öne çıkması olup, tüm yıllarda en başarılı banka Akbank olmuştur.

Karaca vd. (2020), çalışmalarında 7 büyük, 4 orta ölçekli 11 bankanın, 65 rasyo kullanılarak ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile performans ölçümünü yapmışlardır. Araştırmanın güvenilirliğini yükseltebilmek adına bankalar hem grup bazında hem de toplu olarak ölçüme tabi tutulmuştur. Çalışmada 2008-2017 yılları arasında ait dönem incelenmiştir. Grup bazında yapılan analiz ile toplu analiz sonuçları arasında farklılaşmalar görülmüştür. İş Bankası ve Yapı Kredi büyük ölçekli bankalarda başarılı olurken, orta ölçekli bankalarda QNB Finansbank öne çıkan banka olmuştur.

Koşaroğlu (2020), çalışmasında BİST'te işlem gören bankaların performanslarını değerlendirebilmek adına SD yöntemi ile kriterlerin ağırlıklarını belirledikten sonra EDAS yöntemi ile bankaların performanslarını ölçmüştür. 2015-2019 yıllarına ait dönemi incelemiş, yıllara göre kriterlerin önem ağırlıklarının farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır. İncelenen dönemde en başarılı banka olarak Akbank tespit edilmiştir.

Eş ve Kök (2020), çalışmalarında ENTROPİ ve WASPAS yöntemlerini kullanarak bankaların aktif büyüklük performansını ölçmüştür. 2015-2019 yıllarını kapsayan bu çalışmada ENTROPİ yöntemi kriterlerin önem ağırlıkları hesaplanmış, WASPAS yöntemi ile bu önem ağırlıkları kullanılarak kriterler sıralanmıştır. En önemli kriterin 'Net Kar/Zarar' olduğu tespit edilmiş ve her dönemde farklı bir banka en iyi performans sıralamasında ilk sırada yer almıştır.

Akgül (2021), çalışmasında BİST'te işlem gören 9 mevduat bankasının 2016-2020 yılları dönemine ilişkin performansını ölçmek adına CRITIC ve CoCoSo yöntemlerini kullanmıştır. Dönemin en başarılı bankası Akbank olmuştur. Çalışma yöntem açısından diğer çalışmalara oranla farklılaşmıştır.

Yılmaz ve Yakut (2021), çalışmalarında Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören 22 bankanın 2009-2018 yılları arasındaki finansal performanslarını ölçmüştür. ENTROPİ yöntemi ile kriterler ağırlıklandırılmış, TOPSIS ve VIKOR Yöntemleri ile performans ölçümü yapılan bankalardan iki yöntemde de aynı bankalar ilk üç sırada yer almış, Likit Aktifler/Kısa Vadeli Yükümlülükler en önemli kriter olarak gözlemlenmiştir.

Akbalık vd, (2022), çalışmalarında mevduat bankaları ile katılım bankalarının performans ölçümleri karşılaştırılmıştır. 2017-2021 dönemine ait verilerden elde edilen 7 kriter ENTROPİ yöntemi ile ağırlıklandırılmış, CORPAS yöntemi ile sıralanmıştır. Analize dahil edilen mevduat ve katılım bankalarının bu dönemde performanslarında sürekli bir artış gözlemlenmiştir.

Erdoğan (2022), çalışmasında BİST'te faaliyet gösteren 9 mevduat bankasının 2016-2020 yıllarına ait karlılık düzeyini etkileyen etkenleri incelemiştir. ENTROPİ yöntemi ile ağırlıklandırılan kriterler WASPAS yöntemi ile sıralanmıştır. Çalışmaya dahil edilen bankalar arasında Türk Sınai Kalkınma Bankası en iyi performans gösteren banka olmuştur.

Ezin ve Samırkaş (2022), çalışmalarında 2015-2020 döneminde bankaların karlılık performanslarını belirlemeyi amaçlamıştır. ENTROPİ yöntemi ile kriterleri ağırlıklandırıp TOPSIS yöntemi ile bankaların performans sıralaması yapılmıştır. Ayrıca çalışmada TOPSIS yönteminin özelliği olarak rasyoları da dikkate alınmıştır. Her yıl ayrı ayrı analiz edilerek 11 mevduat bankası ve 9 yatırım ve kalkınma bankasının performans ölçümleri yapılmıştır. 2018 yılından itibaren özel sermayeli bankaların kamu sermayeli bankalara göre daha yüksek karlılık oranı elde ettiği tespit edilmiştir.

7. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada kamu ve özel sermayeli olan toplam 13 bankanın Haziran 2010 ve Mart 2024 dönemlerine ait çeyreklik verilerden elde edilen bazı bilanço kalemleri arasındaki değişim karşılaştırılacaktır. Bu bilanço kalemlerine çalışmada ele aldığımız veriler de dahil edilmiştir.

7.1. Veri Seti

Çalışmada değerlendirmeye tabi tutulan bankalar ve bankalara ait verileri göstermek için kullanılan kısaltmalar Tablo 1'de şu şekilde gösterilmiştir:

Tablo 1
Bankaların ve Verilerin Kısaltmaları

BANKALAR		VERİLER	
BANKA ADI	KISALTI MAS I	VERİ ADI	KISALTI MAS I
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat	TCZB	Toplam Krediler ve Alacaklar	T.1
Türkiye İş Bankası A.Ş.	TİB		
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	TGB	Toplam Mevduat	T.2
Akbank T.A.Ş.	AKB		
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	YKB	Toplam Özkaynaklar	T.3
Türkiye Vakıflar Bankası	TVB		
Türkiye Halk Bankası A.Ş.	THB	Devlet Borçlanma Senetleri (Toplam)	T.4
Finans Bank A.Ş.	FB		
Denizbank A.Ş.	DB	Net Faiz Geliri	T.5
ING Bank A.Ş.	ING		
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	TEB		
HSBC Bank A.Ş.	HSBC		
Şekerbank T.A.Ş.	ŞB		

Uygulama adımında kullanılacak olan veriler, bankaların Türkiye Bankalar Birliği'ne bildirdiği çeyreklik verileri gösteren raporlardan alınmıştır. Her dönem kendisinden önceki 2 ayı kapsayacak şekilde 3 aylık olarak hesaplanmıştır. Haziran 2010 dönemi, faiz koridoruna geçişin olduğu Mayıs 2010 dönemini kapsamaktadır. Mart 2024 dönemi ise, çalışmanın yapıldığı dönem yayınlanan son dönem verilerini göstermektedir. Bu dönemlerin seçilme sebebi, faiz koridoru uygulamasının başladığı dönem ile güncel dönemi arasındaki değişimleri görebilmektir. Katılım bankalarında faiz uygulamaları olmadığı için araştırmaya dahil edilmemiştir. ENTROPİ ve CRITIC yöntemi ile ölçülecek olan veriler, bankaların mevduat toplama ve kredi borç verme kararlarındaki değişimi gösterebilmek adına seçilen verilerdir. Bankalara ait Haziran 2010 verileri Tablo 2'de, Mart 2024 verileri Tablo 3'te gösterilmiştir. Seçilen veriler birbirinden bağımsız olup, herhangi bir veri diğerinin toplamında ya da alt verisi olarak bulunmamaktadır.

Tablo 2
Bankaların Haziran 2010 Çeyreklik Verileri (Milyon TL)

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	42.961	106.712	11.163	72.819	3.324
TİB	57.019	80.403	14.315	42.104	2.392
TGB	55.998	67.650	14.803	33.165	2.606
AKB	47.161	65.528	15.289	46.736	2.439
YKB	46.025	46.523	9.372	14.097	1.627
TVB	39.497	49.440	7.777	19.270	1.385
THB	38.258	51.241	6.432	21.719	1.663
FB	20.947	20.383	3.960	5.890	1.103
DB	16.108	13.266	2.880	3.260	830
ING	11.833	9.438	2.032	3.004	545
TEB	10.473	9.755	1.735	2.511	384
HSBC	9.079	9.484	2.561	1.991	554
ŞB	6.316	6.891	1.298	2.535	278

Kaynak: <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

Tablo 3
Bankaların Mart 2024 Çeyreklik Verileri (Milyon TL)

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	2.202.059	2.986.236	358.341	1.061.120	27.038
TİB	1.316.662	1.748.757	274.992	514.470	15.999
TGB	1.222.326	1.505.821	255.335	322.807	19.662
AKB	975.075	1.307.173	213.101	435.736	18.729
YKB	1.059.029	1.165.702	180.583	453.072	22.628
TVB	1.628.887	2.002.815	184.480	716.941	17.702

THB	1.327.060	1.973.555	133.093	646.556	13.246
FB	690.262	704.677	92.865	195.967	14.619
DB	568.588	625.209	99.688	168.312	6.342
ING	74.707	97.630	17.534	14.643	1.457
TEB	248.249	311.728	36.677	71.962	6.337
HSBC	55.894	109.926	12.430	16.677	2.225
ŞB	46.339	55.512	8.181	12.619	1.485

Kaynak: <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

7.2. Yöntem

Çok kriterli karar verme yöntemleri, belirli bir dönem için seçilen göstergelerin o döneme ilişkin etkisini ağırlıklandırarak ya da performansını ölçen yöntemlerdir. Çalışmada tercih edilen yöntemler ise seçilen iki dönemdeki göstergelerin ağırlığını ölçmektedir. Çok kriterli karar verme yöntemleri ile yapılan uygulamalarda zaman serisi analizlerinden farklı olarak seçilen dönemlere ilişkin analizler yapılmaktadır. Çalışma için seçilen dönemler, çalışmada vurgulanan finansal istikrarın olduğu ve olmadığı iki dönemi temsil etmektedir.

Faiz koridoru uygulamasının başladığı Haziran 2010 dönemi finansal istikrarın olduğu, faiz koridoru uygulamasının güncel dönemi olan Mart 2024 dönemi finansal istikrarsızlığın olduğu dönemi temsil etmektedir. 2010-2017 dönemi, 2017-2024 dönemine oranla daha istikrarlı bir dönemdir. Bankaların bilanço tercihlerini, finansal istikrarın olduğu dönem ile finansal istikrarsızlığın olduğu dönem olarak karşılaştırabilmek adına Haziran 2010 dönemi ile Mart 2024 dönemine ilişkin verilerin, ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri ile ağırlıkları hesaplandıktan sonra karşılaştırılması yapılacaktır. İki farklı yöntem kullanılma amacı, veriler ile ilgili ulaşılan sonuçların tutarlılığını arttırmaktır.

7.2.1. ENTROPİ Yöntemi

Rudolf Clausius (1865) tarafından bir sistemin belirsizliğinin ve düzensizliğinin ölçüsü olarak tanımlanmış, ilk olarak termodinamikte ortaya çıkmış olup daha sonra Claude Elwood Shannon (1948) enformasyon teorisine uyarlanan ENTROPİ yöntemi, günümüzde iktisat, istatistik ve mühendislik gibi alanlarda kullanılmaktadır (Zhi-hong vd., 2006:1020). ENTROPİ, kriterlerin ağırlıklarını ölçerken uzman görüşleri ile yapılan ağırlıklandırmaların aksine, tamamen verilere dayalı olması sebebiyle nesnel sonuçlar elde edilmesi açısından avantajlı bir yöntemdir (Demir ve Kartal, 2020:11).

ENTROPİ yöntemi ile kriterleri ağırlıklandırabilmek adına izlenmesi gereken adımlar şu şekilde sıralanmaktadır (Andreica vd., 2010:254; Wang ve Lee, 2009:8982).

Adım 1: Karar matrisinin elde edilmesi. Karar matrisi ağırlıklandırılması yapılacak olan kriterler ve her bir kriter için alternatiflerin aldığı değerler ile oluşturulur.

$$X = (X_{ij})_{m \times n} \begin{pmatrix} X_{11} & X_{12} & X_{1n} \\ X_{21} & X_{22} & X_{2n} \\ X_{m1} & X_{m2} & X_{mn} \end{pmatrix} \quad (1)$$

Adım 2: Karar matrisinin normalize edilmesi. Karar matrisini normalize etmeden önce kriterlerin fayda ve maliyet ayrımı yapılır. Fayda kriterleri eşitlik (2) ile, maliyet kriterleri eşitlik (3) ile dönüştürülür. Dönüştürme yapılırken fayda kriteri için her bir değer bulunduğu sütundaki en büyük değere bölünür. Maliyet kriteri için dönüştürme yapılırken değer bulunduğu sütundaki en küçük değer kendisine bölünür.

$$rij = xij / \max_{ij} \quad (i=1, \dots, m; j= 1, \dots, n) \quad (2)$$

$$rij = \min_{ij} / xij \quad (i=1, \dots, m; j= 1, \dots, n) \quad (3)$$

r: dönüştürülmüş kriter değeri, i: alternatifler, j: kriterler,

Fayda ve maliyet kriterine göre dönüştürülen kriterler eşitlik (4) ile normalize edilerek, normalize karar matrisi oluşturulur. Normalize karar matrisi oluşturulurken her kriter sütun toplamına bölünür.

$$p_{ij} = \frac{rij}{\sum_{ij} rij}; \quad p_{ij}: \text{normalize edilmiş kriterler} \quad (4)$$

Adım 3: ENTROPİ değerlerinin hesaplanması. ENTROPİ değerleri eşitlik (5) ile hesaplanır. Bu eşitlikte sabit k sayısı, alternatif sayısının doğal logaritması alınıp 1'e bölünerek bulunur. Daha sonra her bir sütun için, k sayısı ile sütundaki sayıların doğal logaritmalarının çarpımı ile oluşturulan sayıların toplamı çarpılarak her bir sütun için ENTROPİ değeri elde edilir.

$$E_j = -k \cdot \sum_{i=1}^m p_{ij} \cdot \ln(p_{ij}) \quad (5)$$

Ej: ENTROPİ değeri, k: 1/ln(m); ENTROPİ katsayısı,

Adım 4: Elde edilen Ej değerleri kullanılarak Dj belirsizlik değerleri eşitlik (6) ile hesaplanır.

$$D_j = 1 - E_j \quad (6)$$

Adım 5: Elde edilen Dj belirsizlik değerleri, her bir sütun için Dj belirsizlik değerlerinin toplamına bölünerek eşitlik (7) ile kriterlerin ağırlık dereceleri Wj değerleri bulunur.

$$W_j = \frac{D_j}{\sum_{j=1}^m D_j} \quad (7)$$

7.2.2. CRITIC Yöntemi

CRITIC yöntemi, kriterlerin standart sapmalarını ve korelasyon katsayılarını kullanarak nesnel olarak ağırlıklandırılmasına olanak sağlayan, D. Diakoulaki, G. Mavratos, L. Papayannakis tarafından 1995 yılından yapılan bir çalışma ile literatüre giren bir yöntemdir (Demircioğlu ve Coşkun, 2018:187). CRITIC yöntemi ile kriter ağırlıklandırma yapılabilmek adına şu adımlar izlenmelidir (Jahan vd., 2012:413).

Adım 1: Karar matrisinin elde edilmesi. Karar matrisi ağırlıklandırılması yapılacak olan kriterler ve her bir kriter için alternatiflerin aldığı değerler ile oluşturulur. Karar matrisi eşitlikteki (8) gibi oluşturulur. Karar matrisi ENTROPİ yönteminde ve diğer birçok kriterli karar verme yönteminde aynı şekilde elde edilir.

$$X = (X_{ij})_{m \times n} \begin{pmatrix} X_{11} & X_{12} & X_{1n} \\ X_{21} & X_{22} & X_{2n} \\ X_{m1} & X_{m2} & X_{mn} \end{pmatrix} \quad (8)$$

Adım 2: Karar matrisinin normalize edilmesi. Karar matrisini normalize etmek için fayda-maliyet ayrımı yaparak her bir kriter dönüştürülür. Bu adım ENTROPİ yöntemindeki adıma benzese de arada farklılıklar bulunmaktadır. ENTROPİ yönteminde fayda-maliyet özelliğine göre dönüştürülen kriterler farklı bir işlem adımıyla normalize edilmektedir. CRITIC yönteminde fayda-maliyet özelliğine göre kriterler doğrudan normalize edilir. Fayda özellikli kriterler eşitlik (9), maliyet özellikli kriterler eşitlik (10) ile normalize edilir.

$$\frac{X_{ij} - (\min)X_j}{(\max)X_j - (\min)X_j} \quad (i=1, \dots, m; j=1, \dots, n) \quad (9)$$

$$\frac{(\max)X_j - X_{ij}}{(\max)X_j - (\min)X_j} \quad (i=1, \dots, m; j=1, \dots, n) \quad (10)$$

(min)Xj: İlgili sütundaki en küçük değer, (max)Xj: İlgili sütundaki en büyük değer

Adım 3: Korelasyon matrisinin ve (1-Pjk) matrisinin elde edilmesi. Korelasyon matrisi kriterler için oluşturulur. Kriterlerin korelasyon katsayıları eşitlik (11) ile hesaplanabileceği gibi, Excel ve SPSS gibi programlar ile de hesaplanabilir. Hesaplanan korelasyon katsayıları ile R = (Pjk)mxm matrisi oluşturulur. Oluşturulan matristeki değerler 1'den çıkarılarak (1-Pjk) matrisi oluşturulur. Elde edilen bu matris Cj değeri olarak adlandırılan zıtlık yoğunluğu değerini verir. Cj değeri eşitlik (12) ile elde edilir

$$P_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j) - (r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 - \sum_{i=1}^m (r_{ik} - \bar{r}_k)^2}} \quad (11)$$

$$C_j = \delta_j \cdot \sum_{k=1}^n (1 - P_{jk}) \quad (j = 1, 2, \dots, n); \delta: \text{Kriterlerin standart sapması} \quad (12)$$

Adım 4: Kriter ağırlıklarının hesaplanması. Her bir sütun için ilgili sütuna ait Cj değeri toplam Cj değerine bölünerek kriterlerin ağırlıkları eşitlik (13) ile hesaplanır.

$$W_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^n (C_k)} \quad (13)$$

8. UYGULAMA

Bankaların Haziran 2010 döneminden Mart 2024 dönemine kadar geçen sürede bilançolarındaki araştırmaya tabi olan verilerin ağırlık değişimini ölçmek adına ENTROPİ ve CRITIC yöntemleri ile ölçüm yapılacaktır. Bu ölçümün sonuçları karşılaştırılarak araştırmanın tutarlılığı ölçülecektir.

8.1. ENTROPİ Yöntemi ile Kriterlerin Ağırlıklandırılması

ENTROPİ yönteminde kriter ağırlıklandırma işleminin ilk aşaması karar matrisinin oluşturulmasıdır. Haziran 2010 ve Mart 2024 olmak üzere her iki döneme ait veriler Tablo 2 ve Tablo 3'te gösterilmiştir. Bu verileri oluşturan tablolar ayrıca karar matrislerini de oluşturmaktadır. Yöntemin sonraki adımında her iki dönem için karar matrisindeki veriler fayda-maliyet kriterine göre eşitlik (2) ve (3) ile dönüştürülür. T.1, T.2, T.3 VE T.5 kriterleri fayda kriteri olarak, T.4 kriteri maliyet kriteri olarak belirlenmiştir. Fayda kriterleri, bankalar için artması olumlu olan kriterlerdir. Mevduatların artması, bankaların borç vererek daha fazla faiz geliri elde edebileceği anlamına geldiği için fayda kriteridir. Bankalar, kredi talep edenlere borç vererek nispeten daha kısa dönemde faiz geliri elde etmek yerine, devlet tahvilleri alarak uzun dönemi bekledikleri için maliyet kriteridir. Elde edilen değerler Tablo 4 ve 5'te gösterilmiştir.

Tablo 4

Haziran 2010 Karar Matrisinin Fayda-Maliyet Özelliğine Göre Dönüşümü

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	0,753450	1,000000	0,730145	0,027342	1,000000
TİB	1,000000	0,753463	0,936299	0,047288	0,719615
TGB	0,982093	0,633945	0,968225	0,060033	0,783995
AKB	0,827109	0,614067	1,000000	0,042601	0,733755
YKB	0,807192	0,435968	0,612995	0,141236	0,489471
TVB	0,692697	0,463307	0,508669	0,103321	0,416667
THB	0,670968	0,480184	0,420688	0,091671	0,500301
FB	0,367361	0,191006	0,258989	0,338031	0,331829
DB	0,282503	0,124313	0,188373	0,610736	0,249699
ING	0,207528	0,088440	0,132894	0,662783	0,163959
TEB	0,183677	0,091418	0,113476	0,792911	0,115523
HSBC	0,159224	0,088872	0,167494	1,000000	0,166667
ŞB	0,110775	0,064579	0,084888	0,785404	0,083634
TOPLAM	7,044576	5,029562	6,123132	4,703357	5,755114

Tablo 5

Mart 2024 Karar Matrisinin Fayda-Maliyet Özelliğine Göre Dönüşümü

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	1,000000	1,000000	1,000000	0,011892	1,000000
TİB	0,597923	0,585606	0,767403	0,024528	0,591723
TGB	0,555083	0,504254	0,712548	0,039091	0,727199
AKB	0,442801	0,437733	0,594688	0,028960	0,692692
YKB	0,480927	0,390358	0,503942	0,027852	0,836896
TVB	0,739711	0,670682	0,514817	0,017601	0,654708
THB	0,602645	0,660884	0,371414	0,019517	0,489903
FB	0,313462	0,235975	0,259153	0,064393	0,540683
DB	0,258207	0,209364	0,278193	0,074974	0,234559
ING	0,033926	0,032693	0,048931	0,861777	0,053887
TEB	0,112735	0,104388	0,102352	0,175356	0,234374
HSBC	0,025383	0,036811	0,034688	0,756671	0,082292
ŞB	0,021043	0,018589	0,022830	1,000000	0,054923
TOPLAM	5,183847	4,887337	5,210958	3,102614	6,193838

Dönüştürülen değerler, eşitlik (4) ile normalize edilerek normalize karar matrisi elde edilir. Normalize karar matrisleri Tablo 6 ve Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 6

Haziran 2010 Normalize Karar Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	0,106954562	0,198824481	0,119243651	0,005813245	0,173758495
TİB	0,141953177	0,149806861	0,152911793	0,010054026	0,125039205
TGB	0,139411287	0,126043857	0,158125785	0,012763899	0,136225823
AKB	0,117410793	0,122091526	0,163315102	0,009057572	0,127496079
YKB	0,114583404	0,086681016	0,100111307	0,030028708	0,08504966
TVB	0,09833053	0,0921168	0,083073327	0,02196755	0,072399373
THB	0,0952461	0,095472311	0,068704634	0,019490524	0,086931521
FB	0,052148033	0,037976665	0,042296748	0,071870067	0,057658129
DB	0,040102207	0,024716431	0,030764093	0,129851134	0,04338735
ING	0,029459266	0,017584128	0,021703551	0,140917009	0,028489284

TEB	0,026073489	0,018176184	0,018532331	0,168584108	0,020073183
HSBC	0,022602349	0,017669926	0,027354254	0,212614111	0,028959749
ŞB	0,015724805	0,012839815	0,013863427	0,166988046	0,014532148

Tablo 7

Mart 2024 Normalize Karar Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	0,192906927	0,204610414	0,191903283	0,003832946	0,161450776
TİB	0,115343513	0,119821037	0,147267177	0,007905642	0,095534099
TGB	0,107079398	0,103175589	0,136740213	0,012599527	0,117406804
AKB	0,085419474	0,089564659	0,11412253	0,009334128	0,111835623
YKB	0,092774095	0,079871373	0,096708081	0,008976974	0,135117544
TVB	0,142695353	0,13722854	0,098795052	0,005673013	0,105703145
THB	0,116254409	0,135223708	0,071275639	0,006290585	0,079095236
FB	0,060469007	0,04828294	0,049732234	0,020754594	0,087293768
DB	0,049810002	0,042837965	0,053386173	0,024164738	0,037869695
ING	0,006544556	0,006689396	0,009390028	0,277758345	0,008700118
TEB	0,021747352	0,021358926	0,019641729	0,056518933	0,037839839
HSBC	0,004896481	0,007531891	0,00665667	0,24388172	0,013286041
ŞB	0,004059434	0,003803562	0,004381192	0,322308856	0,008867313

Elde edilen normalize karar matrisi değerleri eşitlik (5) kullanılarak ENTROPİ değerlerini hesaplayabilmek için $p_{ij} \cdot \ln(p_{ij})$ değerlerinin hesaplanması gerekmektedir. $p_{ij} \cdot \ln(p_{ij})$ değerleri kriterlerin ağırlıklandırılması hesaplanırken kullanılmaktadır. Bu değerler Tablo 8 ve Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 8Haziran 2010 $p_{ij} \cdot \ln(p_{ij})$ Değerleri Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	-0,239081007	-0,321167715	-0,253581925	-0,029924355	-0,304092814
TİB	-0,277129227	-0,284394604	-0,287152145	-0,046246328	-0,259972507
TGB	-0,274685797	-0,261052629	-0,291641577	-0,055665079	-0,271558183
AKB	-0,251502894	-0,256756562	-0,295939018	-0,042608216	-0,262599807
YKB	-0,24823948	-0,211980192	-0,230403434	-0,105268681	-0,209606585
TVB	-0,228069868	-0,219670744	-0,206689063	-0,083876257	-0,190088726
THB	-0,223951318	-0,224256726	-0,183986793	-0,07675031	-0,21234194
FB	-0,154028018	-0,124213445	-0,13378652	-0,18922637	-0,164511559
DB	-0,128981687	-0,091457889	-0,107102331	-0,265073769	-0,1361316
ING	-0,103836452	-0,071053216	-0,083130664	-0,276138738	-0,101371347
TEB	-0,095085743	-0,072843659	-0,073911354	-0,300133743	-0,078453438
HSBC	-0,085656155	-0,071313898	-0,098444766	-0,32918542	-0,10257104
ŞB	-0,065297501	-0,055920017	-0,059314686	-0,298880723	-0,061491216

Tablo 9Mart 2024 $p_{ij} \cdot \ln(p_{ij})$ Değerleri Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	-0,317437502	-0,324644608	-0,316786986	-0,021326977	-0,294414366
TİB	-0,249123594	-0,254231005	-0,282091281	-0,038264718	-0,224340053
TGB	-0,239235151	-0,234345088	-0,272068229	-0,055111154	-0,251498338
AKB	-0,210147382	-0,216101114	-0,247700964	-0,04362844	-0,245001111
YKB	-0,220578558	-0,201861938	-0,225915717	-0,042309307	-0,270452652
TVB	-0,277834034	-0,272550642	-0,228681673	-0,02934102	-0,237527718
THB	-0,250176501	-0,270558946	-0,188253265	-0,031885096	-0,200672731
FB	-0,169653317	-0,146329995	-0,149251506	-0,080423795	-0,212863776
DB	-0,149407068	-0,134953749	-0,15643235	-0,089961957	-0,123970389
ING	-0,032913368	-0,033495355	-0,043833657	-0,355809497	-0,041277001
TEB	-0,083254588	-0,08215253	-0,077193938	-0,162389045	-0,123902496
HSBC	-0,02604555	-0,036820472	-0,033364135	-0,344134648	-0,057409532
ŞB	-0,022354135	-0,021192752	-0,023791776	-0,364932595	-0,041901453

Ej Entropi değerlerini elde edebilmek adına her sütundaki p_{ij} . $\ln(p_{ij})$ değerlerinin toplamı k kat sayısı ile çarpılır. K katsayısı $1/\ln(m)$ formülü ile hesaplanarak her iki dönem için de 0.389871245 olarak hesaplanır. K katsayısı kriter sayısının doğal logaritmasının 1'e bölümünden elde edildiği için iki dönem için aynıdır. Elde edilen ENTROPİ değerleri Tablo 10 ve Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 10

Haziran 2010 ENTROPİ (Ej) Değerleri

Kriterler	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
Ej	0,926156745	0,883479937	0,898686077	0,818331162	0,918065207

Tablo 11

Mart 2024 ENTROPİ (Ej) Değerleri

Kriterler	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
Ej	0,87649323	0,869115869	0,875403434	0,646998597	0,906540946

Ej değerleri 1'den çıkarılarak Dj değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen Dj değerleri Tablo 12 ve Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 12

Haziran 2010 Dj Değerleri

Kriterler	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
Dj	0,073843255	0,116520063	0,101313923	0,181668838	0,081934793

Tablo 13

Mart 2024 Dj Değerleri

Kriterler	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
Dj	0,12350677	0,130884131	0,124596566	0,353001403	0,093459054

Son adımda kriterlerin ağırlıklarını hesaplayabilmek adına her bir sütuna ait Dj değerini toplam Dj değerine bölünmüştür. Elde edilen Wj kriter ağırlıkları Tablo 14'te her iki dönem karşılaştırma yapabilmek adına birlikte gösterilmiştir. Elde edilen Wj değerlerinin sağlamasına yapmak adına tüm değerler toplandığında sonuç 1 çıkmaktadır. Bu sonuç, kriter ağırlıklandırma adımlarında hata yapılmadığını gösterir.

Tablo 14

Haziran 2010 ve Mart 2024 Dönemleri Wj Değerleri

	Haziran 2010		Mart 2024	
T.1	0,13298361	T.1	0,149623939	
T.2	0,209839865	T.2	0,158561342	
T.3	0,182455273	T.3	0,150944187	
T.4	0,327165668	T.4	0,427648302	
T.5	0,147555584	T.5	0,11322223	

İki dönem için kriterleri ele aldığımızda, Haziran 2010 dönemine göre T.1 (Toplam Krediler ve Alacaklar) ve T.4 (Devlet Borçlanma Senetleri) kriterlerinin ağırlıkları artarken, T.2 (Toplam Mevduat), T.3 (Toplam Özkaynaklar) ve T.5 (Net Faiz Geliri) kriterlerinin ağırlıkları azalmıştır. Bu sonuçlardan yola çıkarak, T.1 kriterindeki artış %1 düzeyinin altındadır. İki dönem arasındaki ağırlık değişimi çok düşüktür. Diğer yandan T.4 kriterinde %10 düzeyinde bir artış söz konusudur. Bu artış tüm kriterler arasındaki en büyük değişimi de göstermektedir. T.2 kriterindeki azalışa karşın T.4 kriterindeki artış, mevduatların devlet tahvillerine yöneltildiği varsayımını destekler niteliktedir.

8.2. CRITIC Yöntemi ile Kriterlerin Ağırlıklandırılması

CRITIC yönteminde ağırlıklandırma yaparken kullanılan karar matrisi ENTROPİ yöntemi için kullanılan karar matrisi ile aynıdır. İki yöntemin ortak özelliği, uzman görüşüne ihtiyaç duymadan verilere dayanarak ağırlıklandırma yapmasıdır. CRITIC yönteminde ENTROPİ yönteminden farklı olarak kriterler arasındaki korelasyon ilişkisi ve kriterlerin standart sapmaları ağırlıklandırma yaparken kullanılır. CRITIC yönteminde normalize karar matrisi, verilerin doğrudan fayda-maliyet kriterine göre dönüştürülmüş hallerinden oluşur. Tablo 15 ve Tablo 16'da Haziran 2010 ve Mart 2024 verileri için normalize karar matrisleri gösterilmiştir.

Tablo 15

Haziran 2010 Verileri Normalize Karar Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	0,722735753	1,000000	0,705112365	0	1
TİB	1	0,736443	0,930390149	0,433656181	0,562987309
TGB	0,979862767	0,608674	0,965277625	0,559863331	0,435803312
AKB	0,805571575	0,587423	1	0,368258316	0,628891355
YKB	0,783172578	0,397028	0,577095439	0,829078895	0,164504012
TVB	0,654414881	0,426255	0,463092168	0,756042808	0,238105401
THB	0,62997957	0,444297	0,366949429	0,721466087	0,272949747
FB	0,288550249	0,135155	0,190250936	0,944951149	0,047734904
DB	0,193121418	0,063858	0,113084489	0,982083357	0,010315292
ING	0,10880645	0,025509	0,052459258	0,985697747	0,006672927
TEB	0,08198382	0,028693	0,031240224	0,992658271	-0,000341472
HSBC	0,054484936	0,025970	0,090268825	1	-0,007740026
ŞB	0	0,000000	0	0,992319422	0

Tablo 16

Mart 2024 Verileri Normalize Karar Matrisi

BANKALAR	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
TCZB	1,00000000	1,00000000	1	0	1
TİB	0,58928015	0,57775655	0,761968814	0,521363356	0,568468785
TGB	0,54551936	0,49486373	0,70583162	0,704160511	0,711660998
AKB	0,43082404	0,42708252	0,585218186	0,596455321	0,675188617
YKB	0,46976880	0,37881083	0,492352068	0,57992124	0,827606427
TVB	0,73411575	0,66444435	0,503481266	0,328258151	0,635041632
THB	0,59410359	0,65446047	0,356728353	0,39538732	0,460849849
FB	0,29870438	0,22150329	0,241843729	0,825133214	0,514522497
DB	0,24226198	0,19438780	0,261329107	0,851508964	0,190962042
ING	0,01315941	0,01437119	0,026710647	0,998069625	0
TEB	0,09366244	0,08742413	0,081379941	0,943402057	0,190766585
HSBC	0,00443239	0,01856674	0,012134453	0,996129713	0,030022282
ŞB	0,00000000	0,00000000	0	1	0,001094562

Karar matrisi normalize edildikten sonra Her bir kriterin diğer kriterlerle ilişkisini görebilmek adına kriterlerin korelasyon katsayıları matrisi oluşturulur. Her iki dönem için korelasyon matrisleri Tablo 17 ve Tablo 18'de gösterilmiştir. Korelasyon katsayıları hesaplanırken elde edilen değerlerin doğruluğuna sınamak adına aynı kriterler arasındaki katsayının 1, kriterler satır ve sütuna göre yer değiştirdiklerinde yine aynı değeri aldığı kontrol edilebilir.

Tablo 17

Haziran 2010 Korelasyon Matrisi

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
T.1	1	0,883867014	0,951916942	-0,755701193	0,755701193
T.2	0,883867014	1	0,878376665	-0,961265167	0,961265167
T.3	0,951916942	0,878376665	1	-0,819643773	0,819643773
T.4	-0,755701193	-0,961265167	-0,819643773	1	-1
T.5	0,755701193	0,961265167	0,819643773	-1	1

Tablo 18

Mart 2024 Korelasyon Matrisi

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
T.1	1	0,990575259	0,919728792	-0,972449541	0,899932052
T.2	0,990575259	1	0,904223867	-0,981322688	0,858368513
T.3	0,919728792	0,904223867	1	-0,853078071	0,910222326
T.4	-0,972449541	-0,981322688	-0,853078071	1	-0,842482646
T.5	0,899932052	0,858368513	0,910222326	-0,842482646	1

Elde edilen korelasyon matrisini kullanabilmek adına 1'den çıkarılarak (1-Pjk) değerlerinin matrisi oluşturulur. Bu değerler eşitlik (12) yardımı ile Cj değerlerinin hesaplanmasında kullanılır. Cj değerini hesaplayabilmek adına

gereken standart sapma değerleri de normalize karar matrisinin (Tablo 15 ve Tablo 16) her bir sütunu için ayrı ayrı hesaplanır. (1-Pjk) değerleri matrisi ve standart sapma değerleri Tablo 19 ve Tablo 20'da gösterilmiştir.

Tablo 19

Haziran 2010 (1-Pjk) Matrisi ve Normalize Karar Matrisinin Standart Sapma Değerleri

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
T.1	0	0,116132986	0,048083058	1,755701193	0,244298807
T.2	0,116132986	0	0,121623335	1,961265167	0,038734833
T.3	0,048083058	0,121623335	0	1,819643773	0,180356227
T.4	1,755701193	1,961265167	1,819643773	0	2
T.5	0,244298807	0,038734833	0,180356227	2	0
Stand. Sapma(δ)	0,371519738	0,326051817	0,378939416	0,313113116	0,31553662

Tablo 20

Mart 2024 (1-Pjk) Matrisi ve Normalize Karar Matrisinin Standart Sapma Değerleri

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
T.1	0	0,009424741	0,080271208	1,972449541	0,100067948
T.2	0,009424741	0	0,095776133	1,981322688	0,141631487
T.3	0,080271208	0,095776133	0	1,853078071	0,089777674
T.4	1,972449541	1,981322688	1,853078071	0	1,842482646
T.5	0,100067948	0,141631487	0,089777674	1,842482646	0
Stand.Sapma(δ)	0,311531875	0,30900028	0,320581035	0,307200385	0,333088009

Sonraki adımda eşitlik (12) ile her bir sütun için (1-Pjk) değerlerinin toplamı ile her bir sütuna ait normalize karar matrisinin standart sapmaları çarpılarak C_j değerleri bulunur. Her iki dönem için hesaplanan C_j değerleri Tablo 21 ve Tablo 22'de gösterilmiştir.

Tablo 21

Haziran 2010 C_j değerleri

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
C_j	0,804048978	0,729624514	0,822187273	2,359811484	0,777289712

Tablo 22

Mart 2024 C_j değerleri

KRİTERLER	T.1	T.2	T.3	T.4	T.5
C_j	0,673598406	0,688500535	0,679280144	2,349878027	0,724119926

Elde edilen her bir C_j değeri toplam C_j değerlerine bölünerek her bir kriter için W_j kriter ağırlıklandırma değeri hesaplanmış olur. Her iki dönem için kriter ağırlıkları Tablo 23'te karşılaştırma yapabilmek adına bir arada verilmiştir.

Tablo 23

Haziran 2010 ve Mart 2024 Dönemleri W_j Değerleri

	Haziran 2010		Mart 2024
T.1	0,146378035	T.1	0,131681086
T.2	0,132828976	T.2	0,134594289
T.3	0,149680132	T.3	0,132791804
T.4	0,429606376	T.4	0,459375332
T.5	0,14150648	T.5	0,141557488

Her iki dönemi ele alırsak, T.4 kriteri dışındaki değişimler çok düşük düzeydedir ya da değişim olmamıştır diyebiliriz. T.4 (Devlet Borçlanma Senetleri) kriterinin ağırlığı ise diğer tüm kriterlere oranla gözle görülür bir değişim göstermiş ve kriterin ağırlığı artmıştır. ENTROPİ yöntemiyle yapılan hesaplamalara oranla daha düşük bir artış olsa da, diğer kriterlerin değişiminin düşük olmasına dayanarak T.4 kriterinin ağırlığının artması, ENTROPİ yöntemi ile yapılan ağırlıklandırma değerlerinin değişimini destekler niteliktedir.

Her iki yöntem için ağırlıkları incelenen iki dönemi tek bir tabloda göstererek hem dönemler hem de yöntemler arasındaki farkı anlayabilmek adına Tablo 24 oluşturulmuştur.

Tablo 24
ENTROPİ ve CRITIC Yöntemleri Genel Kriter Ağırlıklandırma Tablosu

	ENTROPİ		CRITIC	
	Haziran 2010	Mart 2024	Haziran 2010	Mart 2024
T.1	0,13298361	0,149623939	0,146378035	0,131681086
T.2	0,209839865	0,158561342	0,132828976	0,134594289
T.3	0,182455273	0,150944187	0,149680132	0,132791804
T.4	0,327165668	0,427648302	0,429606376	0,459375332
T.5	0,147555584	0,11322223	0,14150648	0,141557488

ENTROPİ yönteminin sonuçlarına göre T.1 % 1'lik artışın yanında T.4 kriterinde yaklaşık % 10'luk bir artış söz konusudur. Buna karşın, T.2 kriteri yaklaşık % 5, T.3 ve T.5 kriterinde % 3'erlik bir azalış söz konusudur. CRITIC yöntemi sonuçlarında ise T.4 kriterinde belirgin bir değişim gözlemlenirken, diğer kriterlerdeki değişimler düşük orandadır.

9. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye uzun yıllar ekonomik istikrarsızlık ve enflasyon sorunu ile mücadele ettikten sonra, 2001 krizi sonrası IMF ile bazı anlaşmalar yapmıştır. Bu anlaşmalara dayanarak uygulanan ekonomi politikaları ekonomideki sorunların çözülmesine yardımcı olmuş ve uzun sürecek olan bir istikrar dönemine girilmiştir. Yıllardır çözülemeyen fiyat istikrarı bu dönemde sağlanmış, enflasyonun tek haneli sayılara indiği bir dönem yaşanmıştır. 2008 Küresel Ekonomik Krizi sonrası fiyat istikrarının tek başına yetmediği anlaşılması üzerine, birçok ülke yeni para politikası araçları kullanmaya başlamıştır. Türkiye, somut olarak bu araçlardan faiz koridorunu Mayıs 2010 dönemi itibari ile kullanmaya başlamıştır. Bu hamlenin en önemli getirisi, artık fiyat istikrarı yanında finansal istikrarın da sağlanması gerekliliğinin politikalara yansımalarıdır. Fiyat istikrarında süren olumlu trend 2017 yılı itibari ile bozulmaya başlamış ve 2021 yılında bu sorun zirve yapmıştır. Fiyat istikrarındaki bozulma, finansal istikrara da yansımıştır.

Fiyat istikrarı ve finansal istikrar aynı anda gözetilmediği sürece, ekonomide tam anlamıyla istikrar sağlamak çok zordur. Dünyanın küresel bir köy haline gelmesi sebebiyle ekonomilerin gidişatı iç sebepler kadar dış sebeplerden de etkilenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke sınıfında olan ülkemiz için yabancı sermayenin önemi büyüktür. Ülke içi sermaye yeterli olmadığı için dış sermayeye ihtiyaç vardır. Dış sermayenin ülkemize girişinde CDS risk primi ya da kredi derecelendirme notu gibi göstergeler önemlidir. Bu göstergelerin olumsuz trende sahip olması yabancı sermayenin azalmasına, bunun devamında ülkeden çok yüksek oranda döviz çıkışı olursa kurun etkilenmesine sebep olabilir. Ani ve yüksek oranda döviz çıkışı fiyatların hızlı yükselmesini tetikleyebilir. Fiyatların yükselmesi, ekonomide istikrarın bozulmaya başlamasının ilk adımı olabilir.

Gelişmiş ülke ekonomileri göz önüne alındığında ortak özelliklerinden biri ekonomik istikrarın sağlanmış olması ve bu istikrarın sağlam temellere oturtulmuş olmasıdır. Türkiye'nin yeni ekonomi politikalarına geçişinin üzerinden yaklaşık 40 yıl geçmesine rağmen bu dönem içerisinde ekonomik istikrarı tam anlamıyla sağladığı söylenemez. 2010 yılı sonrası geleneksel para politikası dışında yeni politika denemeleri bir süre başarılı olsa da, 2017 yılından sonra ekonomik istikrar yeniden bozulmaya başlamış ve son yıllarda ekonomideki sorunlar tekrar etmiştir. Fiyat istikrarı ve finansal istikrarın bozulması ekonomik istikrar bozulmasına yol açar. Son 3 yıldır yaşanan yüksek enflasyon, son bir yılda % 60 düzeylerine çıkan faiz oranları Türk parasına olan güveni de etkilemiştir. Tasarruf sahipleri, paranın değerini koruyabilmek adına Türk parası dışındaki yatırım araçlarına yönelme eğilimindedir.

ENTROPİ yöntemine ilişkin sonuçlar ele alındığında, T.1 ve T.4 kriterlerinin son dönemdeki ağırlıkları artarken, T.2, T.3 ve T.4 kriterlerinin ağırlığı azalmıştır. T.4 kriterindeki artış T.1 kriterine oranla çok daha yüksek olmuştur. T.2 (Mevduatlar) kriterinin ağırlığı önemli oranda düşerken, T.4 (Devlet tahvilleri) kriterinin ağırlığının büyük oranda artması, bankaların topladıkları fazla mevduatları devlet tahvillerine yönlendirdiği varsayımını desteklemektedir. CRITIC yönteminde ise kriterlerin ağırlığı birbirine daha yakın olmakla birlikte, her iki dönem için T.4 kriterinin ağırlığı diğerlerine oranla oldukça yüksektir. Diğer kriterlerde çok büyük farklılaşma olmamakla birlikte T.4 kriterinin ağırlığı son dönemde artmıştır.

Faiz koridoru uygulamasından sonraki dönemde finansal istikrar bozulana kadar geçen sürede bankalar topladıkları mevduatlar ile borç verdikleri kredileri fonlarken, finansal istikrarın bozulduğu son dönemlerde bu durum değişmiştir. Verilerdeki değişim gözlemlendiğinde, bankaların mevduat toplamları ile borç verdikleri krediler arasındaki fark artarken, diğer yandan bankaların topladıkları devlet tahvilleri de hızla artmıştır. Normal şartlarda topladıkları mevduat ile borç verdikleri kredileri fonlayarak, borç verdikleri kredilerden elde ettikleri faizin bir kısmını bankalara mevduat olarak yatıran ekonomik aktörlere ödeyen bankalar aradaki farkı kar olarak kendilerine sağlamaktadırlar. Burada daha farklı bir senaryo söz konusudur. Araştırmaya tabi olan bankalardan özellikle kamu bankaları, çok yüksek miktarlarda mevduat toplamalarına rağmen aynı oranda kredi vermemiştir.

Bunun sebebi faiz oranlarının yüksek olması sebebiyle ödünç fon talep edenlerin kredi kullanmadaki isteksizliği ya da bankaların kredi politikalarını sıkılaştırması kaynaklı kredi kullanma imkânı olanların sayısının azalması olabilir. Bu durum bankalar için istenen bir durum değildir. Çünkü topladıkları mevduat karşılığında faiz ödemek durumunda olan bankalar, bunu karşılamak adına bu mevduatları daha yüksek faizler ile borç vermek durumundadırlar. Bankalar farklı bir yatırım aracına yönelerek bilançolarındaki devlet tahvillerini arttırmışlardır. Araştırmaya tabi olan bankalar arasında devlet tahvillerini en çok arttıran bankaların kamu bankaları olması dikkat çekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbalık, M., Yurttadur, M. ve Taşçı, M.Z. (2022). ENTROPİ ve COPRAS Yöntemleriyle finansal performans analizi: mevduat ve katılım bankaları karşılaştırması, *Journal of Banking and Insurance Review*, 16, 13-27.
- Andreica, M. D., Ion, D., Andreica, M. I., Resteanu C. (2010). A new portfolio selection method based on interval data. *Studies In Infomatics And Control*, 19(3), 253-262.
- Akgül, Y. (2021), Borsa İstanbul'da işlem gören ticari bankaların finansal performansının bütünlük CRITIC CoCoSo modeliyle analizi, *Journal of Economics and Financial Researches*, 3(2), 71-90.
- Ayçin, E. ve Orçun, Ç. (2019). Mevduat bankalarının performanslarının ENTROPİ ve MAIRCA yöntemleri ile değerlendirilmesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 175-194. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.657002>
- Ayrancıoğlu, N. D. (1999). Para politikasının bir aracı olarak "açık piyasa işlemleri" ve Türkiye örneği (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Azizov, M. (2012). Para politikası araçlarının ekonomiyi yönlendirmede kullanılması: Azerbaycan örneği. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*. 7(2), 63-73.
- Demir G. ve Kartal, M. (2020). Güncel çok kriterli karar verme teknikleri, *Akademisyen Kitabevi*, 1-147.
- Demircioğlu, M ve Coşkun, İ.T. (2018). CRITIC-Moosra yöntemi ve Ups seçimi üzerine bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 27(1), 183-195.
- Duramaz, S. ve Dilber, İ. (2015). Küresel kriz sürecinde para politikasında yeni bir araç olarak faiz koridoruna genel bir bakış. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 29-38.
- Dursun, G. D., Bozkır B., (2018). Türkiye'de faaliyet gösteren ticari bankaların aktif kalitesinin TOPSIS yöntemi ile ölçümü. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 243-258. <https://doi.org/10.30784/epfad.422500>
- Erdoğan, H. H. (2022). A multicriteria decision framework for bank performance evaluation in Turkey. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 98-109.
- Eş, A., ve Kök, E. (2020). Banka performanslarının ENTROPİ tabanlı WASPAS yöntemiyle analizi, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 233-250.
- Ezin, Y. & Samırkaş, M. C. (2022). Bankaların kârlılık performanslarının ENTROPİ ve TOPSIS yöntemi ile incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 860-890. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.1112534>
- Gezen, A. (2019). Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile performans analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 84, 213-232. <https://doi.org/10.25095/mufad.625812>
- Gökalp, B. T. (2015). Türkiye'de asimetrik faiz koridoru uygulamasının hisse senedi piyasasındaki alternatif serilerin getirileri üzerindeki etkileri. (Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jahan, A., Mustapha, F., Sapuan, S. M., Ismail, M. Y., & Bahraminasab, M. (2012). A framework for weighting of criteria in ranking stage of material selection process. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 58(1), 411-420.
- Kale, S. (2017). Türk bankacılık sektörünün aracılık fonksiyonu. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2(3), 209-220. <https://doi.org/10.29106/fesa.350638>
- Karaca, S.S., Altemur, N. ve Çevik, M. (2020). Bankacılık sektöründe performans analizi: ENTROPİ ve WASPAS yöntemi uygulaması, *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 46-76.

- Koşaroğlu, Ş.M. (2020). BIST’te işlem gören bankaların performanslarının SD ve EDAS yöntemleriyle değerlendirilmesi. *Finans, Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 406-417. <https://doi.org/10.29106/fesa.758281>
- Khatkate, D. ve Villanueva, D. P. (1978). Operation of selective credit policies in less developed countries: certain critical issues. *World Development*. 6(7-8), 979–990. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(78\)90056-6](https://doi.org/10.1016/0305-750X(78)90056-6)
- Öner, S. (2015). Geleneksel olmayan para politikası araçlarının gelişimi. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü.
- Özker, A. N. (2008). Gelişmekte olan ülkelerde selektif (tercihli) kredi politikalarında yapısal uyum ve sektörel gelişme. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 6(10), 124-141.
- Perera, R. A. A. (2010). Monetary policy in turbulent times: impact of unconventional monetary policies, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1669948, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1669948>
- Reyhan, Y. (2019). CDS primleri arasındaki etkileşim: gelişmekte olan ülkeler üzerine bir inceleme. (Yüksek Lisans Tezi). Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Serel, A ve Özkurt, İ. C. (2014). Geleneksel olmayan para politikası araçları ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 12(22), 56-71. <https://doi.org/10.11611/JMER247>
- Serin, V. (1998). *İktisat politikası*, İstanbul: Alfa Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, H. ve Altay, A. (2009). Küresel kriz ortamında Türkiye’de maliye politikalarının değerlendirilmesi. *Ekonomik Yorumlar Dergisi*. 2(528), 11-23.
- TCMB (2024). *Elektronik Veri Dağıtım Sistemi Haftalık Para ve Banka İstatistikleri* <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>
- TCMB (2024). *Elektronik Veri Dağıtım Sistemi, Faiz İstatistikleri*. <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>
- TCMB (2024). *Enflasyon Verileri* <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/İstatistikler/Enflasyon+Veriler>
- Türkiye Bankalar Birliği, 2024. *Banka ve Sektör Bilgileri* <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>
- Türkiye’nin CDS Primi Geçmişi (2010-2024) <https://tr.investing.com/rates-bonds/turkey-cds-5-year-usd-historical-data>
- Tüyen, Z. (2014). Türkiye’de para politikalarının geleceği. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 4, 19-31.
- Ünal, E. A.(2019). Özel sermayeli ticari bankalarının finansal performansının SD ve WASPAS yöntemleri ile ölçülmesi. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 384-400. <https://doi.org/10.30784/epfad.650513>
- Ünalı, D. (2015). Faiz koridoru, likidite yönetimi ve para piyasalarında efektif fonlama faizi. *Ekonomi Notları TCMB İdare Merkezi*. 20, 1-13.
- Varlık, S. ve Varlık, N. (2017). Türkiye’nin CDS priminin oynaklığı. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*. 54(632), 9-17.
- Vural, U. (2013). Geleneksel olmayan para politikalarının yükselişi. (Uzmanlık Yeterlilik Tezi). Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Wang, T. ve Lee, H. D. (2009). Developing a fuzzy TOPSIS approach based on subjective weights and objective weights, *Expert Systems with Entropy Applications*, 36(5), 8980-8985. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.11.035>
- Yılmaz Ö. ve Yakut E. (2021), ENTROPİ temelli TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile bankacılık sektöründe finansal performans değerlendirmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(4),1297-1321. <https://doi.org/10.16951/atauniiibd.874660>

Yücememiş, B., U. Alkan ve C. Dağdır. (2015). Yeni bir para politikası olarak faiz koridoru: Türkiye’de para politikası kurulu faiz kararlarının enflasyon üzerindeki etkisi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 7(13), 449-478. <https://doi.org/10.14784/jfrs.02508>

Zhi-hong, Z., Yi, Y. ve Jing-nan, S. (2006). Entropy method for determination of weight of evaluating in fuzzy synthetic evaluation for water quality assessment indicators, *Journal of Enviromental Sciences*, 18(5), 1020-1023. [https://doi.org/10.1016/S1001-0742\(06\)60032-6](https://doi.org/10.1016/S1001-0742(06)60032-6)

KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA / EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS*
Fikir veya Kavram / Idea or Notion	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / Form there search hypothesis or idea	Taner AKÇACI Okan GÜLEÇ
Tasarım / Design	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / Designing method, scale and pattern	Taner AKÇACI Okan GÜLEÇ
Veri Toplama ve İşleme / Data Collecting and Processing	Verileri toplamak, düzenlenmek ve raporlamak / Collecting, organizing and reporting data	Taner AKÇACI Okan GÜLEÇ
Tartışma ve Yorum / Discussion and Interpretation	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings	Taner AKÇACI Okan GÜLEÇ
Literatür Taraması / Literature Review	Çalışma için gerekli literatürü taramak / Review the literature required for the study	Taner AKÇACI Okan GÜLEÇ

*Katkı oranlarının tümü eşit olması durumunda oranlar belirtilmeyecektir/If the contribution rates are all equal, the rates will not be specified

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -

ÖRGÜTSEL ADALET İLE İŞYERİ MANEVİYATI
ARASINDAKİ İLİŞKİDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL
DESTEĞİN ARACI ROLÜ
THE MEDIATION ROLE OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT
ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL JUSTICE AND
WORKPLACE SPIRITUALITY

Ayça KAYA¹ 

Öz

Yönetim alanında yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, örgütsel adalet ve örgütsel destek konusunda zengin bir literatürün olduğu söylenebilir. İşyeri maneviyatı ise özellikle yerli alan yazında son yıllarda ilgi görmeye başlayan bir konudur. Bu çalışmanın amacı, akademisyenler açısından, örgütsel adalet ile işyeri maneviyatı arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracı rolünü araştırmaktır. Çalışma, Bayburt Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi akademisyenleri üzerinde anket toplama yöntemiyle yürütülmüştür. Verilerin analizi için SPSS 23 ve AMOS 23 paket programlarından yararlanılmış, frekans analizi, normallik testi, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik testi, korelasyon analizi ve Baron ve Kenny nedensel adımlar yöntemi ile aracı değişken analizi yapılmıştır. Bayburt Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesinde çalışan 198 öğretim elemanından elde edilen sonuçlar, örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Algılanan örgütsel desteğin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisinin pozitif yönlü ve anlamlı olduğuna ilişkin hipotez de doğrulanmıştır. Araştırmada, elde edilen bir diğer sonuca göre, örgütsel adaletin algılanan örgütsel destek üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlıdır. Ayrıca, örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracı rolü olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Örgütsel Adalet, İşyeri Maneviyatı, Algılanan Örgütsel Destek

Abstract

When studies in the field of management are evaluated, it can be said that there is a rich literature on organizational justice and organizational support. Workplace spirituality is a subject that has begun to attract attention in recent years, especially in the domestic literature. The purpose of this study, from the perspective of academics, is to investigate the mediating role of perceived organizational support in the relationship between organizational justice and workplace spirituality. The study was conducted by collecting surveys on academicians of Bayburt University and Atatürk University. SPSS 23 and AMOS 23 package programs were used to analyze the data, and frequency analysis, normality test, explanatory factor analysis, confirmatory factor analysis, reliability test, correlation analysis and mediator variable analysis were performed with the Baron and Kenny causal steps method. The results obtained from 198 faculty members showed that organizational justice had a positive and significant effect on workplace spirituality. The hypothesis that the effect of perceived organizational support on workplace spirituality was positive and significant was also confirmed. According to another result obtained in the study, the effect of organizational justice on perceived organizational support is positive and significant. Additionally, it was concluded that perceived organizational support has a partial mediator role in the effect of organizational justice on workplace spirituality.

Keywords: Organizational Justice, Workplace Spirituality, Perceived Organizational Support

¹Öğr.Gör., akaya@bayburt.edu.tr Bayburt Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 0000-0003-1918-4842

Citation: Kaya, A. Örgütsel Adalet ile İşyeri Maneviyatı Arasındaki İlişkide Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolü, İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, (2024) 7(2):1-18, DOI: <https://doi.org/10.33416/baybem>.

1. GİRİŞ

Örgütsel adalet algısının ne yönde olacağı, insan kaynağı üzerinde önemli etkiler yaratabilir. Eğer olumlu yönde bir örgütsel adalet algısından bahsedilebilirse insan kaynağından elde edilecek sonuçların da olumlu yönde olacağı söylenebilir (Çetinel ve Taslak, 2023: 121). Esasen örgütsel adalet, hem bireysel hem ekip düzeyinde hem de örgütsel düzeyde değerlendirildiğinde, performans olumlu yönde katkı sağlayan bir kavramdır. Ancak örgütsel adaletin katkılarının sadece performans açısından ele alınmadığını da belirtmek gerekir. Nitekim alan yazında, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık gibi değişkenlerle birlikte örgütsel adaletin birlikte değerlendirildiği çalışmalar bulunmaktadır (Yasrebdoost ve Aydoğan, 2023: 2). Diğer taraftan, çalışanların örgütsel amaçlar ve verimlilik üzerindeki önemli etkileri göz önünde bulundurulduğunda, motivasyonlarının sağlanması için örgütsel adaletin yanı sıra işyeri maneviyatı kavramının da dikkate alınması gerekmektedir (Atakul, 2022: 10). Bu çalışmada ele alınacak bir diğer ana kavram ise örgütsel destek kavramıdır. İnsanlar sadece özel hayatlarında bir destek arayışı içinde olmazlar. Hayatlarının önemli bir bölümünü oluşturan iş yaşamında da içinde buldukları örgütten alacakları desteğe ilişkin algılamaları önem arz etmektedir (Giray ve Şahin, 2012: 2). Akademik hayat, genel olarak değerlendirildiğinde, özel yaşamın iş yaşamıyla neredeyse kaynaştığı ve klasik mesai kalıplarına sığmayan bir görünüm ortaya çıkmaktadır. Böylece işin yaşamsal anlamda büyük bir alan teşkil ettiği bu şekildeki bir mesleki alanda, hem adaletin hem işyeri maneviyatının hem de algılanan örgütsel desteğin önemli olduğu kanaati oluşmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada, belirtilen kavramlar ve aralarındaki ilişkilere ilişkin bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Adalet

Dünyada evrensel olarak kabul gören ve önemi konusunda üzerinde tartışma yürütülmesine bile gerek olmayan bazı kavramlar bulunmaktadır. Şüphesiz ki bu kavramlardan biri de adalettir. Adalet kavramının ne kadar önemli olduğunu tartışmaya kalkışmanın yerine, bu kavramın doğru bir şekilde uygulamaya konulamaması ya da bu kavramın bir varlık göstermemesi durumunda ne gibi sonuçların ortaya çıkabileceğini hayal etmeye çalışmak çok daha yerinde olacaktır. Aral, bu bağlamda, adalet kavramının insan ve toplum varlığı için bir temel oluşturduğunu ve dolayısıyla insanın bir varlık olarak korunmasının ve uygarlığın gelişmesinin bu temele dayandığını belirtmektedir. O halde, adalet olmadan gerçek bir topluma ve demokrasiye ulaşılması mümkün değildir (Aral, 2013: 59).

Esasen, adalet, değişik şekillerde ele alınabilen bir kavramdır. Platon'a göre her bir insanın kendi içinde adil olmaya çalışması ve bunu başarması, beraberinde içinde yer aldığı toplumun ve devletin de adil olmasını getirecektir (Topakkaya, 2008: 32). Aristoteles'in adalet anlayışı ise kişilerin adil olabilmesi için adaleti bilmelerinin yeterli olmayacağı ve bundan dolayı kişilerin adil olabilmek için buna ilişkin faaliyetlerini tekrarlamaları gerektiği fikrini esas almaktadır (Çiçek, 2020: 5). Ayrıca bu noktada, Platon'un ve Aristoteles'in siyasi düşüncelerinin, insanların doğuştan haklara sahip olduğu kabullenmesinin yerine kişinin toplumsal işlevine ve rolüne göre haklara sahip olacağı temeline dayandığını da belirtmek gerekmektedir. (Skirbekk ve Gilje, 2017: 20). İbn Sina ise, adaleti hikmet, cesaret ve ılımlılık erdemlerinin toplamı olarak ifade etmiştir (Osmanoğlu, 2021: 234). Diğer taraftan, Bastiat'a göre adalet, eşit haklar anlamına gelmektedir (Bastiat, 2010: 74). Adaletin evrenselliği ve öneminin tartışılmazlığı konusunda Höffe'nin şu sözleri ise güzel bir özet niteliğindedir (Höffe, 2020: 7):

“Hiçbir kültür ve hiçbir dönem, adaletten vazgeçmek istemez. Dünyada adaletin hakim olması, ilk dönemlerinden itibaren insanlığın temel hedeflerinden birisi olmuştur.”

Aynı yorumun örgütsel adalet için de yapılabileceği söylenebilir. Nitekim şimdiye kadar yapılan birçok araştırma, adaletin, örgütlerde arzu edilen bir kavram olduğu düşüncesini doğurmaktadır. Örgütsel adalet, yabancı ve yerli alan yazında, örgüt açısından fayda sağlayacak birçok örgütsel değişkenle birlikte inceleme konusu olmuştur. Örneğin, Biswas, Hindistan'da yaptığı araştırma ile hem dağıtım hem de prosedür adaletinin çalışanların duygusal örgütsel bağlılıkları ile anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna varmıştır. (Biswas, 2015: 630-631). Burns ve DiPaola Virginia devlet liselerinde yaptıkları çalışmaları ile örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir (Burns ve DiPaola, 2013: 20). Lin, Taiwan'da yabancı işçiler üzerinde yaptığı çalışma sonrasında örgütsel adaletin örgütsel bağlılığı etkilediği ve bunun da örgütsel etkinliği artırdığı sonucuna ulaşmıştır (Lin, 2014: 65-66). Roberts ve arkadaşları, konuya iç dağıtım adaleti ve iç prosedür adaleti perspektifinden bakmış ve satış görevlileri üzerinde yaptıkları çalışma sonrasında söz konusu kavramların işe bağlılık ve işten ayrılma niyetleri ile ilişkili olduğu yorumunu yapmıştır (Roberts, Coulson ve Chonko, 1999: 8). Gieter ve arkadaşları da çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde örgütsel adalet ve ödül memnuniyetinin etkisi üzerinde durmuşlar ve öğretmenler üzerinde yaptıkları çalışmada her iki değişkenin de işten ayrılma niyeti üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Ayrıca kişiler

arasındaki adaletsiz davranışların yanı sıra kararların alınmasındaki tekniklerin ve prosedürlerin adil olmayışının işverence sağlanan psikolojik ödüllerin tatmin düzeyini düşürdüğünü de belirtmişlerdir (Gieter vd., 2012: 62,64). Schappe ‘ye göre de çalışanların iş tatminleri açısından algılanan örgütsel adaletin önemi son derece büyüktür. Schappe, konuyu yapısal prosedür adaleti, kişilerarası prosedür adaleti ve dağıtım adaleti bağlamında ele almıştır. Yaptığı çalışma sonrasında, bahsedilen üç adalet türünün de iş tatmini ile ilişkili olduğunu ve kişilerarası prosedür adaletinin, yapısal prosedür adaletine göre iş tatmini üzerinde daha güçlü bir yordayıcı olduğu sonucuna varmıştır (Schappe, 1998: 493, 501). Fryxell ve Gordon ise örgütsel adaletin, çalışanların sendikalarından ve yönetimlerinden duydukları memnuniyet bağlamındaki önemine işaret etmiştir. Örgütsel adaleti, şikayet sistemine ilişkin dağıtım ve prosedür adaleti algısı ve ayrıca işyerindeki ahlaki düzene ilişkin inanç ekseninde değerlendirmişler ve hem beyaz yakalı hem de mavi yakalı çalışanlar için sendikadan duyulan memnuniyet ve yönetimden duyulan memnuniyet açısından neyin daha önemli olduğunu araştırmışlardır. Sonuçlara göre, sendikadan duyulan memnuniyet için şikayet sistemine ilişkin dağıtım ve prosedür adaleti en güçlü yordayıcıdır. Yönetimden duyulan memnuniyet açısından ise işyerindeki ahlaki düzene ilişkin inancın en güçlü yordayıcı olduğu yorumunu yapmışlardır (Fryxell ve Gordon, 1989: 851,864). Çetinel ve Taslak da örgütsel adalet algısının olumlu yönde olmasının çalışanların başarılarını artıracaklarını ifade etmiştir. Ayrıca, örgüt içerisinde şeffaf ve adaletli bir ortam sağlanabilirse, özellikle kamu yararına ve kamu güvenliğine ilişkin konular açısından örgüt içi ihbarcılığın teşvik edilerek çalışanların ahlak dışı davranışlarının engellenebileceğini belirtmişlerdir (Çetinel ve Taslak, 2023: 1, 121). Örgütsel adalet konusunda bir diğer yaklaşım açısı lider üye değişimi ve örgütsel adalet ilişkisi etrafındadır. Burton ve arkadaşlarına göre yüksek kalite düzeyinde bir lider üye değişiminin elde edilmesi için özellikle etkileşim adaletine önem verilmelidir. Bunun sonucunda örgütsel vatandaşlık davranışı ve performans açısından olumlu sonuçlar elde edilebilir. Etkileşim adaletinin dışında kalan yapısal örgütsel adalet ise ancak etkili bir lider üye değişimi ile etkin sonuçlar sağlayabilir (Burton, Sablynski ve Sekiguchi, 2008: 58). İşcan ve Naktiyok’a göre ise örgütsel bağlılık gibi örgütsel adalet de çalışanların işletmede kalmaları için motivasyonlarını artırmakta, iş arkadaşlarıyla yakınlaşmalarını sağlamakta ve bu da beraberinde rekabet gücünü getirmektedir (İşcan ve Naktiyok, 2004: 198).

Literatürde örgütsel adalet ve örgütsel güvenin birlikte ele alındığı çalışmalar da dikkati çekmektedir. Örneğin, Aryee ve arkadaşlarının Hindistan’daki bir kamu sektörü kuruluşunun tam zamanlı çalışanları üzerinde yaptığı ve örgüte duyulan güven ve yöneticiye duyulan güven ile birlikte iş memnuniyeti, işten ayrılma niyeti ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri inceleyen çalışması dikkate değerdir. Araştırmada sonuç olarak, örgütsel adaletin dağıtım, prosedür ve etkileşim adaleti olmak üzere her bir boyutunun örgüte duyulan güvenle ilişkili olduğu görülmüştür. Yöneticiye duyulan güvenle ise etkileşim adaletinin ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca örgütsel adaletin boyutları ile iş tutumları arasındaki ilişkide örgüte duyulan güvenin aracılık rolü araştırılmıştır. Bulgular, etkileşimsel adaletin iş memnuniyeti, işten ayrılma niyeti ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgüte duyulan güvenin tam aracılık yaptığını göstermiştir. Diğer taraftan dağıtım adaleti ve prosedür adaleti ile belirtilen iş tutumları arasındaki ilişkide örgüte duyulan güvenin kısmi aracılık yaptığı sonucuna ulaşılmıştır (Aryee, Budhwar ve Chen, 2002: 267, 278-280). Bahsedilmeye değer bir diğer çalışma, Yasrebdoost ve Aydoğan’ın örgütsel adaletin ve örgütsel güvenin çalışan dayanıklılığı üzerindeki etkisini ele aldığı araştırmalarıdır. Ankara’da Sosyal Güvenlik Kurumu çalışanları üzerinde yapılan çalışma sonucunda hem örgütsel adaletin hem de örgütsel güvenin çalışan dayanıklılığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yasrebdoost ve Aydoğan, 2023: 84-85).

Örgütsel adalet konusunda yapılan çalışmalardan bahsedilirken kavramın değişik boyutları ile değerlendirilebildiği de anlaşılmaktadır. Dağıtım adaleti, süreç adaleti ve etkileşim adaleti boyutları, literatürde örgütsel adaletin boyutları olarak değerlendirilebilmekte ve dolayısıyla da bu boyutlara dayanan çalışmalar yapılabilmektedir. Genelde alan yazında dağıtım adaleti ile süreç adaletinin ön planda olduğu söylenebilir. Dağıtım adaleti, dağıtıma ilişkin sonuçlara odaklanan bir boyuttur. Süreç adaletinin ise bu sonuçlara ilişkin kararların alınma sürecine yönelik bir boyut olduğu söylenebilir (Schminke, Ambrose ve Noel, 1997: 1190). Diğer boyut olan etkileşim adaleti boyutunu ise Jain ve Jain “resmi karar alma prosedürlerinin bir parçası olarak çalışanlar tarafından görülen kişilerarası muamelenin kalitesi” olarak ifade etmektedir (Jain ve Jain, 2015: 617).

Belirtmek gerekir ki, dağıtım ve süreç adaletlerinin farklı durumlardaki çalışanlar için farklı şekillerde değerlendirilebileceği durumlar söz konusu olabilir. Örneğin Clay-Warner ve arkadaşlarının şirket küçülmeleriyle ilgili yaptığı çalışma, bu bakımdan ele alınabilir. Nitekim, küçülme mağdurları açısından örgütsel bağlılık ile ilgili olarak dağıtım adaletinin güçlü bir yordayıcı olduğu, buna karşılık prosedür adaletinin önemsenmediği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan prosedür adaletinin küçülmeden etkilenmeyen ve yerinde kalan çalışanlar için güçlü bir yordayıcı olduğu sonucu elde edilmiştir (Clay-Warner, Hegtvedt ve Roman, 2005: 98). McFarlin ve Sweeney ise dağıtım ve süreç adaletlerinin kişisel ya da örgütsel düzeydeki sonuçlar açısından ne derecede önem kazanabileceği üzerinde durmuşlardır. Dolayısıyla konuya kişisel ya da örgütsel sonuçlar açısından da yaklaşılabılır. Yaptıkları çalışmanın bulgularına göre, ücretten ve işten edinilen tatmin açısından, dağıtım adaleti daha önemli bir yordayıcıdır. Örgütsel bağlılık ve astların yöneticileri değerlendirmesi açısından ise prosedür adaleti daha önemli bir yordayıcı olarak değerlendirilebilir (McFarlin ve Sweeney, 1992:626). Hatta

bu boyutlar, farklı etik anlayışlara sahip kişiler açısından bile farklılık arz edebilir (Schminke, Ambrose ve Noel, 1997: 1201-1202). Bir diğer farklılık ise yabancı ya da yerel çalışanlar bakımından gözlenebilir. Nitekim, Ang ve arkadaşlarının Çin Halk Cumhuriyeti'nden yabancı işçiler ve Singapur'daki istihdam statüleri devam eden yerel işçiler üzerinde yapmış olduğu çalışma sonrasında, yabancı işçilerin dağıtım adaleti algılarının yerel işçilerinkiyle kıyaslandığında daha düşük olduğu gözlemlenmiştir (Ang, Dyne ve Begley, 2003: 561, 575).

Görüldüğü üzere yapılan çalışmalar, dünyanın değişik bölgelerinde ve değişik çalışma alanlarında ele alındığı için söz konusu bulgular, örgütsel adalet açısından küresel ve dolayısıyla genel bir bakış açısı kazanmamıza ve böylece de söz konusu kavramın önemini anlamamıza yardımcı olmaktadır.

2.2. İş Yeri Maneviyatı

İşyeri maneviyatına ilişkin alan yazın, esasen insan psikolojisine ilişkin birçok kavramda görüldüğü gibi değişik fikirlere kaynaklık yapabilmektedir. Nitekim konuya ilişkin literatür incelendiğinde, kavramın öncelikle dinsel ya da seküler olarak incelenmesini savunan görüşlere rastlanabilmektedir. Konuya ilişkin diğer bir bakış açısı ise işyerinde maneviyat yaklaşımının aslında bir yönetim hegemonyası aracı olduğu fikrine dayanmaktadır. Berzah ve Çakır'a göre, işyerinde maneviyat yaklaşımı, işe ilişkin problemlerin çözümüne yönelik bir anlayış geliştirmektense çalışanların söz konusu koşullara "tevekkül" etmelerini savunan ve esasında bu yolla yüksek kar elde etmeyi amaçlayan bir görüşü ifade etmektedir (Berzah ve Çakır, 2015: 136-137). Halbuki, günümüz dünyasının kaotik ortamında, insanlar hayatlarını sürdürebilmek için zorlu koşullar altında, giderek yükselen asgari hayat standartlarını yakalamaya çalışmaktadır. Bu noktada, sadece ekonomik ihtiyaçları esas alan bir yaklaşımın yeterli olmayacağı, insanların manevi ihtiyaçlarını ve dolayısıyla işi ile maneviyatları arasındaki ilişkiyi esas almanın gerekli olacağı açıktır. O halde, maneviyat bir kar artırma aracı olarak kullanılmamalı ve işletmelerin çalışanlarının manevi ihtiyaçlarına uygun duruma getirilmesine yönelik bir anlayış olarak benimsenmelidir (Örgeve ve Günalan, 2011: 60-61).

İşyeri maneviyatı konusuna olan ilginin arttığı söylenebilir. Bu bağlamda, Demirler'in İşyeri Maneviyatı literatürünü bibliyometrik olarak incelediği çalışması dikkate değerdir. Söz konusu çalışmaya göre, konu ile ilgili alan yazında maneviyat kavramının tanımlanmasındaki belirsizliğe ilişkin fikirler dikkati çekmekte ve özellikle son yıllarda konunun Asya ülkelerinde daha fazla sayıda araştırmada ele alındığı görülmektedir. Mevcut çalışmalarda özellikle işyeri maneviyatı ile iş tatmini, örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık ve işe adanmışlık arasındaki ilişkilerin daha fazla irdelendiği anlaşılmaktadır (Demirler, 2023: 1617-1618). Örneğin, Kazemipour ve Amin'in İran'da hemşireler üzerinde yaptığı araştırmada, işyeri maneviyatının anlamlı iş, topluluk duygusu ve örgütsel değerlere uyum boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotezler desteklenmiştir. Yine işyeri maneviyatı ile duygusal örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin de pozitif ve anlamlı olduğu yorumu yapılmıştır (Kazemipour ve Amin, 2012: 1041, 1046). Riberio ve arkadaşları da hasta bakımında insani değerlerin önemine ve hasta memnuniyeti açısından hemşirelerin manevi ihtiyaçlarının karşılanması gerekliliğine ve dolayısıyla da işyeri maneviyatına vurgu yapmışlardır (Riberio vd, 2021: 604-605).

Belirtmek gerekir ki, konu ile ilgili olarak yerli alan yazında yapılan çalışma sayısı çok da fazla değildir. Örneğin, 2024 Mayıs ayı itibarıyla, Ulusal Tez Merkezinde, "işyeri maneviyatı" ve "örgütsel maneviyat" şeklinde yapılan arama sonuçlarına göre konuya ilişkin tez çalışması sayısının 15 olduğu görülmektedir. Bu sayı diğer konularla karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmaktadır. Yapılan çalışmalarda işyeri maneviyatı ile birlikte, örgütsel bağlılık, psikolojik sermaye, örgütsel özdeşleşme ve performans gibi konuların birlikte incelendiği görülmektedir. Örneğin Çakıroğlu, sağlık çalışanları üzerinde algılanan örgütsel maneviyatın psikolojik sözleşmeye olan etkisini incelemiştir. Sonuçlar, çalışanların algıladıkları örgütsel maneviyatın psikolojik sözleşmeler üzerinde olumlu etkisi olduğunu göstermiştir (Çakıroğlu, 2017:150). Çoban'ın Gaziantep'teki ortaokul öğretmenleri ile yaptığı görüşmelerle oluşturduğu çalışmada ise öğretmenlerden okullarda örgütsel maneviyatın artırılması yolları ile ilgili görüşleri alınmıştır. Bu soruların yanıtları sonrasında örgütsel değerler, görev aşkınlığı, işi anlamlı bulma duygusu, fedakarlık duygusu ve güven duygusu olmak üzere beş ana temanın ortaya çıktığı yorumu yapılmıştır. Ayrıca öğretmenlerin adaletli davranmasının önemine de dikkat çekilmiştir (Çoban, 2019: 83). İşıaıçık'ın İstanbul'da hizmet sektöründe çalışan beyaz yakalılar üzerinde yaptığı çalışması, işyeri maneviyatı ile yenilikçi iş davranışları arasında olumlu bir ilişki olduğunu ve ayrıca psikolojik güvenlik algısının işyeri maneviyatı ve yenilikçi iş davranışları arasındaki ilişkide kısmi aracı rolü olduğunu göstermiştir (İşıaıçık, 2019: 77). Kaçay ise Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlükleri Merkez ve Taşra personeli üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiş ve sonuç olarak, lider üye etkileşimi, örgütsel güven ve yöneticiye güvenin işyeri yılmazlığı üzerindeki etkisinde işyeri maneviyatının düzenleyici etkisi olduğu bulgusunu elde etmiştir (Kaçay, 2019: 82). Aksakal'ın Rize'deki MEB'e bağlı ilköğretim ve ortaokul öğretmenleri üzerinde yaptığı çalışmada, örgütsel sinizim ve örgütsel maneviyat arasındaki ilişkinin negatif yönlü ve orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, örgütsel maneviyat ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin pozitif yönde ve orta düzeyde olduğu bulgusu elde edilmiştir (Aksakal, 2020:156-157). Çavuşoğlu ise

Türk Hava Yolları çalışanları üzerinde yaptığı araştırmasında işyeri maneviyatı ile örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde olduğunu, işyeri maneviyatı ile üretim karşıtı davranışlar arasındaki ilişkinin ise negatif yönlü ve anlamlı düzeyde olduğunu belirtmiştir (Çavuşoğlu, 2021: 50-51). Nazlı'nın İstanbul'da çalışan sağlık personelleri üzerindeki araştırmasında ele alınan ilişkiler arasında, örgütsel maneviyatın duygusal emek, psikolojik sermaye ve stresle başa çıkma ile olan ilişkileri de bulunmaktadır. Bulgulara göre, örgütsel maneviyatın duygusal emekle olan ilişkisinin pozitif, zayıf ve anlamlı olduğu, psikolojik sermaye ile olan ilişkisinin ise pozitif, yüksek düzeyde ve anlamlı olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, örgütsel maneviyat ve stresle başa çıkma arasındaki ilişkinin de pozitif, anlamlı ve orta düzeyde olduğu görülmüştür (Nazlı, 2022: 99). T. Aydoğdu ise Nevşehir'de MEB'e bağlı okul ve kurumlarda görev yapmakta olan kamu çalışanları üzerinde bir araştırma yapmış ve işyeri maneviyatının ekip performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, işyeri maneviyatının, etik liderlik ile ekip performansı arasındaki ilişkide aracı etkiye sahip olduğu da araştırmanın bulguları arasındadır (Aydoğdu, T. 2022: 87). Bostancıoğlu İstanbul'da görev yapan İmam Hatip Lisesi öğretmenleri üzerinde yürüttüğü çalışmasında işyeri maneviyatının boyutları olarak işe tutkunluk, gizemli-mistik deneyim, manevi bağ ve topluluk hissiyatı boyutlarını kullanmayı tercih etmiştir. Bulgular; gizemli mistik deneyim ve topluluk hissiyatı boyutları ile iş tatmini arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Buna karşılık, işe tutkunluk ve manevi bağ boyutları ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan, işe tutkunluk, gizemli mistik deneyim ve topluluk hissiyatı boyutları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve anlamlı olduğu görülmüştür. Bulgular, manevi bağ boyutu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin anlamlı düzeyde olmadığını göstermiştir (Bostancıoğlu, 2022: 290-292). Hameli'nin Kosovalı çalışanlar üzerinde yaptığı araştırması ise örgütsel maneviyatın iş tükenmişliği ile negatif yönde bir ilişki gösterdiğini vurgulamaktadır. Çalışmada ayrıca, örgütsel maneviyatın, dönüşümcü liderlik, etkileşimci liderlik, örgütsel güven ve işe bağlılık değişkenleri ile pozitif yönde ve güçlü ilişkilere sahip olduğu bulguları da elde edilmiştir (Hameli, 2023: 177). Yerli alan yazındaki bir diğer araştırma, Dal'ın Çanakkale'deki sağlık sektörü çalışanları üzerinde yürüttüğü çalışmasıdır. Söz konusu araştırmanın bulguları, işyeri maneviyatının, iş doyumu, duygusal bulaşma ve dışsal motivasyon değişkenlerinin her biriyle anlamlı ilişkiye sahip olduğuna ilişkin hipotezleri desteklemiştir (Dal, 2023: 95). Görken ise Yozgat ve Kırıkkale illerinde araştırma ve uygulama hastanelerinde görev yapan sağlık çalışanları üzerinde yaptığı araştırmasında, işyeri maneviyatını anlamlı iş, topluluk bilinci ve iş değerleriyle uyum boyutlarıyla ele almış ve bu boyutların işyeri nezaketsizliğinin boyutlarıyla olan ilişkilerini incelemiştir. İşyeri nezaketsizliğinin boyutları olarak meslektaş nezaketsizliği, yönetici nezaketsizliği ve hasta/hasta yakını nezaketsizliği boyutları kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, işyeri nezaketsizliğinin her bir boyutunun işyeri maneviyatının her bir boyutu üzerinde negatif etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca, işyeri nezaketsizliğinin işyeri maneviyatına etkisinde bilinçli farkındalığın aracı role sahip olduğuna ilişkin hipotez de desteklenmiştir (Görken, 2023: 114). Sağlık sektöründeki bir diğer araştırma ise Genç tarafından Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Eğitim, Araştırma ve Uygulama Hastanesi'nde görev yapmakta olan hemşireler üzerinde yürütülmüştür. Çalışmanın bulguları arasında, örgütsel maneviyat düzeyinin algılanan örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi olduğu sonucu yer almaktadır. Örgütsel maneviyatın anlamlı iş, topluluk duygusu ve örgütsel değerlerle uyum olarak ifade edilen boyutlarının her birinin de örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, algılanan sosyal sermaye düzeyinin örgütsel maneviyat ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu da bir diğer bulgudur (Genç, 2023: 106). Ancın ise Balıkesir'de görevli ilköğretim öğretmenleri üzerinde bir araştırma yürütmüş ve öncelikle işyeri maneviyatı ile işe adanmanın enerjik olma, işe bağlılık ve kendini işe verme boyutları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Bulgular, işyeri maneviyatının belirtilen her bir işe adanma boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, işyeri maneviyatının hem işe bağlılık boyutu hem de kendini işe verme boyutu üzerindeki etkisinde pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ancın, 2024: 128). Görüldüğü üzere yerli alan yazında işyeri maneviyatı ile ilgili olarak yapılan çalışmaların farklı sektörler bazında ve değişik konular bağlamında ele alındığı söylenebilir. Bu çalışmanın da özellikle akademik personeller üzerinde yapılmış olmasının alan yazındaki çeşitliliğe katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada işyeri maneviyatlarının boyutları olarak: anlamlı iş, topluluk duygusu ve örgütsel değerlerle uyum ele alınacaktır. Anlamlı iş boyutu, çalışanın yaptığı işte sevinç duymasını ve yaptığı işin bir amaca yönelik olmasını ifade etmektedir. Topluluk duygusu boyutu, çalışanların iş ortamında birbirlerine sağladıkları destekle ilişkili bir kavramdır. Örgütsel değerlerle uyum boyutu ise kişinin çalışma ortamında bireysel olarak sahip olduğu değerlerle örgüte ait değerler arasındaki uyumun derecesi üzerinde durmaktadır (Milliman, Czaplewski ve Ferguson, 2003: 429-430; Çakıroğlu ve Aydoğan, 2021: 1063-1064).

2.3. Örgütsel Destek

Örgütsel destek, alan yazının popüler konularından biridir. Birçok açıdan üzerinde çalışıldığı da söylenebilir. Örneğin, Randall ve arkadaşları, örgütsel politikalar ve örgütsel desteği beraber ele aldıkları çalışmalarında örgütsel desteğin ve örgütsel politikaların iş memnuniyeti, bağlılık, işten ayrılma niyeti ve örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin yönetici değerlendirmeleri ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Örgütsel desteğin iş

performansı ile de ilişkili olması çalışmanın dikkate değer bir diğer sonucudur (Randall vd, 1999:159, 165-166). Kaya'nın konaklama işletmeleri üzerinde yaptığı araştırma ise, algılanan örgütsel desteğin, hem çalışan performansı hem personel güçlendirme hem de iş tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğunu göstermiştir (Kaya, 2023: 75-76). Örgütsel desteğin işe yeni başlayan çalışanlar açısından da önemli olduğu söylenebilir. Allen ve Shanock'ın araştırmasında işe yeni başlayan çalışanlar için kullanılan sosyalleşme taktiklerinin algılanan örgütsel desteği ve işe gömülmüşlüğü etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır. Burada örgütsel desteğin ve işe gömülmüşlüğü işe bağlılığı ve işten ayrılma niyetini etkilemesi dikkate değer diğer sonuçlardır. Dolayısıyla örgütsel destek, örgüte yeni katılanların elde tutulması açısından da değerlendirilebilir (Allen ve Shanock, 2013: 350, 366-367). Aselage ve Eisenberger ise algılanan örgütsel desteği psikolojik sözleşme ile birlikte değerlendirmiştir. Nitekim örgütsel destek teorisi ve psikolojik sözleşme teorisi yardımıyla bütünleştirici bir teori geliştirmişlerdir. Bu teoriye göre, algılanan örgütsel destek sayesinde örgüt tarafından istenilen sözleşme değişikliklerinin kabullenilmesi kolaylaşacaktır. Ayrıca örgütsel destek sayesinde örgütün sosyo- duygusal açıdan yardıma hazır olduğu vurgusu yapılarak psikolojik gerilimlerin azaltılması sağlanacaktır (Aselage ve Eisenberger, 2003: 492, 506). Örgütsel desteğin liderlik türleri ile olan ilişkisi de ele alınabilir. Asgari, Mezginjad ve Taherpour'un İran'da bir üniversitenin çalışanları arasında yaptığı çalışması sonucunda, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları ile dönüştürücü ve etkileşimli liderlik tarzları arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracı rolü olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif yönde olduğu görülmüştür (Asgari, Mezginjad ve Taherpour, 2020: 87).

Akademik hayatla ilgili başka çalışmalara da değinilebilir. Örneğin, Naktiyok ve Kızıl'ın Atatürk Üniversitesi'nde görev yapmakta olan araştırma görevlileri üzerinde yapmış olduğu çalışma, örgütsel destek, akademik erteleme davranışları ve özyeterlik algıları arasındaki ilişkiler üzerinde durmaktadır. Bulgular, örgütsel destek algısının akademik erteleme davranışlarını azalttığı ve özyeterlik algısını artırdığı yönündeki hipotezleri desteklemiştir (Naktiyok ve Kızıl, 2018: 274-275). Dikkate değer bir diğer çalışma, Yirci'nin Türkiye'deki vakıf ve devlet üniversitelerinde çalışan öğretim elemanları üzerinde yapmış olduğu çalışmadır. Bu çalışmanın sonuçları arasında, vakıf üniversitelerinde çalışan öğretim elemanlarına göre devlet üniversitelerinde çalışan öğretim elemanlarının algıladığı örgütsel desteğin daha zayıf olduğu bulgusu yer almaktadır. Yirci, konu ile ilgili olarak, gerekli önlemlerin alınmaması halinde, bu durumun zaman içerisinde nitelikli elemanların devlet üniversitelerinden vakıf üniversitelerine geçmesi ile sonuçlanacağı yorumunu yapmaktadır. Bu da dolayısıyla devlet üniversitelerinde, nitelikli eleman sorunu yaşanmasına neden olabilir (Yirci, 2014: 178). Baran, Shanock ve Miller ise örgütsel destek konusunu daha geniş bir bakış açısından ele alarak 21. yüzyılın değişen dinamiklerini örgütsel destek teorisi çerçevesinde değerlendirmiştir. Gerçekten de çalışma hayatında önemli değişimler söz konusudur. Bu bağlamda, geleneksel olmayan yeni iş ilişkisi türleri, değişik kültürlerden gelen yabancı işgücünün yönetimi ve çalışanların mutluluğuna yönelik arayışlar ön plana çıkan kavramlardır. Örgütsel destek bunların her biri için değerlendirilebilir. Örneğin, küresel ekonominin gerekleri karşısında, uluslararası işgücünün artması muhtemel olan stres düzeyi üzerinde örgütsel desteğin olumlu etkileri olabilir (Baran, Shanock ve Miller, 2012: 123, 137).

3. DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Belirtmek gerekir ki, örgütsel adalet ve işyeri maneviyatı ilişkisine dair alan yazında az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu bağlamda, Atakul'un özel okul çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışması, dikkat çekmektedir. Söz konusu çalışmada örgütsel adalet ile birlikte dağıtım adaleti, işlemsel adalet ve etkileşim adaleti boyutlarının işyeri maneviyatı ve boyutları ile olan ilişkileri araştırılmıştır. İşyeri maneviyatı boyutları olarak işin çekiciliği, mistik deneyim, manevi bağ ve topluluk hissi boyutları kullanılmıştır. 456 çalışandan elde edilen veriler ışığında, sonuç olarak örgütsel adalet ve alt boyutları ile işyeri maneviyatı ve alt boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. İşyeri maneviyatı genel algısı ile örgütsel adalet genel algısı arasındaki korelasyon ilişkisinin ise pozitif yönde ve kuvvetli seviyeye yakın olduğu bulgusu da elde edilmiştir. (Atakul, 2022: 77-79, 92). Bu çalışmada da genel olarak adalet algısı ile işyeri maneviyatı arasındaki ilişkiye değinilmektedir. Ancak burada, akademisyenlere yönelik bir bakış açısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Akademik çalışma alanı, diğer çalışma alanlarından farklılık göstermektedir. Sıradan bir öğretim elemanı göz önüne alındığında, her ne kadar, çalıştığı üniversite ya da çalıştığı alan kendine has özelliklere sahip olsa da bazı ortak noktaların dikkat çektiği anlaşılmaktadır. Her şeyden önce, çoğu akademisyen belirli standart mesai saatlerine sahip olmadığı için çalışma hayatı özel hayat ayrımı, mesai kavramının belirli çizgilerle belirlendiği diğer meslek gruplarına göre daha belirsizdir. Dolayısıyla örgüt dahilindeki, yani akademisyenler açısından üniversite içindeki ortama ilişkin şartların ayrı bir önem taşıdığına inanılmaktadır. Bu doğrultuda, örgüt içindeki adalet ortamının akademisyenler açısından işyerindeki maneviyatı etkileyen bir unsur olduğu savunulmakta ve örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla H1 hipotezi oluşturulmaktadır:

H1: Öğretim elemanlarının örgütsel adalet algılarının işyeri maneviyatı üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

İşyeri maneviyatı ve algılanan örgütsel destek ilişkisine dair literatürün de zengin olmadığı açıktır. Haryokusumo, Yogyakarta'daki farklı sektörlerden altı kuruluş üzerinde bir araştırma yürütmüş ve çalışmasında işyeri maneviyatının boyutları olarak, işsel yaşam, anlamlı iş ve topluluk duygusu boyutlarını kullanmıştır. Esasen Haryokusumo'nun bu çalışması, işyeri maneviyatının boyutlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini ve ayrıca algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolünü araştırmayı amaçlamaktadır. 130 çalışandan elde edilen sonuçlar, işyeri maneviyatının boyutlarının duygusal bağlılık boyutu ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Ancak, işyeri maneviyatının boyutları ile örgütsel bağlılığın bileşenleri arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin düzenleyici etkisi olduğuna ilişkin hipotezler desteklenmemiştir. Algılanan örgütsel desteğin işyeri maneviyatının boyutları ile anlamlı düzeyde bir korelasyon gösterdiğine ilişkin sonuçlar da dikkate değerdir (Haryokusumo, 2015, 187, 196-199). Adıgüzel, Çakır ve Atalay ise gıda firmalarında çalışan beyaz yakalılar üzerinde iş maneviyatı, iş kontrolü, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel destek değişkenlerine yönelik bir araştırma yürütmüşlerdir. 394 çalışandan elde edilen araştırma bulgularına göre, işyeri maneviyatının algılanan örgütsel destek ile pozitif yönde ilişkili olduğuna ilişkin hipotez desteklenmiştir (Adıgüzel, Çakır ve Atalay, 2021: 143). Bu çalışmada ise akademisyenler açısından algılanan örgütsel desteğin, işyeri maneviyatı ile ilişkili olduğu savunulmakta ve bu doğrultuda örgütsel desteğin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisini ölçmek için H2 hipotezi öne sürülmektedir:

H2: Öğretim elemanlarının örgütsel destek algılarının işyeri maneviyatı üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Örgütsel adalet ile örgütsel destek arasındaki ilişkinin ise alan yazında yeterli ilgiyi gördüğü söylenebilir. Çalışmalarda yaklaşımların farklı olabildiği, örgütsel adaletin farklı boyutlar dahilinde ele alındığı ya da hem örgütsel destek hem de yönetici desteği ile birlikte değerlendirme yapılabildiği görülmektedir. Örneğin, Jacobs, Belschak ve Den Hartog, Almanya'da polisler üzerinde yaptıkları bir çalışmada algılanan örgütsel adalet ile örgütsel destek arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Söz konusu araştırmada 332 polis memurundan elde edilen veriler ışığında, yılda bir kez yapılan performans değerlendirmelerinin ne derecede adil olduğuna ilişkin algılamalar ile örgütsel düzeyde veya amir tarafından verilen desteğe ilişkin algılar arasında önemli düzeyde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Jacobs, Belschak ve Den Hartog, 2014: 72). Bir diğer dikkate değer çalışma, DeConinck ve Johnson'ın 384 satış personeli üzerinde yaptığı çalışmadır. DeConinck ve Johnson, örgütsel adaleti dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti boyutlarıyla ele almış ve etkileşim adaletini ayrıca bilgisel adalet ve kişilerarası adalet olmak üzere değerlendirdiği için esasen dört boyut kullanmış ve bu boyutların hem algılanan yönetici desteği hem de algılanan örgütsel destek ile olan ilişkilerini incelemiştir. Sonuçlar, prosedür adaletinin algılanan örgütsel destek ile pozitif yönde ilişkili olduğuna ilişkin hipotezi desteklemiştir. Ancak, dağıtım adaletinin algılanan örgütsel destek ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ileri süren hipotez desteklenmemiştir. Ayrıca, etkileşim adaletinin hem bilgisel adalet hem de kişilerarası adalet yönüyle algılanan yönetici desteğinin pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. DeConinck ve Johnson bu sonuçlar sonrasında, yapılan ödüllendirmelerin adil olarak algılanıp algılanmadığının anlaşılması gerektiğini dolayısıyla şirketin bu yönde çaba harcamasının önemli olduğunu belirtmektedir (DeConinck ve Johnson, 2009: 337-344). Stone ve Jawahar'ın ABD'de yapılan çalışması da örgütsel adaletin farklı boyutlarını ve örgütsel desteğin yanı sıra yönetici desteğini inceleyen bir araştırmadır. Özel, kamu ve kar amacı gütmeyen kuruluşlarda çalışan toplamda 356 kişiden elde edilen verilerin analizi sonucunda, dağıtım adaletine kıyasla prosedür adaletinin algılanan örgütsel destek üzerinde daha güçlü bir etkisi olduğu, diğer taraftan kişiler arası adaletle kıyasla bilgisel adaletinin algılanan yönetici desteği ile daha güçlü bir ilişki gösterdiği sonucuna varmışlardır. Stone ve Jawahar'a göre, örgüt içinde prosedürlerin adil bir şekilde ele alınması ve yöneticilerin astlarına bilgisel bağlamda adil bir şekilde davranması, gerek astların destek algıları gerekse de kariyer tatminleri açısından önem taşımaktadır. Çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışı ve üretkenlik karşıtı davranışlar üzerinde de durulmuştur. Söz konusu algıların örgütsel vatandaşlık üzerinde pozitif etki göstereceği buna karşılık üretkenlik karşıtı davranışlar üzerinde ise negatif etki göstereceği belirtilmiştir (Stone ve Jawahar, 2017: 224-225). Loi, Hang-yue ve Foley ise algılanan örgütsel desteğe ilişkin olarak batıda yapılan çalışmalarda, prosedür adaletinin ön planda olduğunu belirtmiştir. Ancak, Hong Kong 'ta çalışan 514 avukat üzerinde yaptıkları araştırmada dağıtım adaletinin de algılanan örgütsel destek açısından önemli olarak görüldüğünü ifade etmiştir. Araştırmada ayrıca, örgütsel adaletin örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Loi, Hang-yue ve Foley, 2006: 116). Andrews ve Kacmar da 418 çalışan üzerinde yaptıkları araştırmaları sonucunda dağıtım adaleti ve prosedür adaleti ile örgütsel destek arasında pozitif yönde korelasyonlar olduğunu bulmuşlardır (Andrews ve Kacmar, 2001: 357). Dikkate değer çalışmalardan biri de Çakar ve Yıldız'ın Türkiye'de bankacılık ve sigorta sektörü çalışanları üzerinde yürüttükleri araştırmadır. Bu çalışmada, örgütsel adaletin dağıtım adaleti ve prosedür adaleti boyutları kullanılmıştır. 356 çalışandan elde edilen bulgulara göre, hem dağıtım adaletinin hem de prosedür adaletinin örgütsel desteği doğrudan etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin, hem dağıtım adaleti ve iş tatmini hem de prosedür adaleti ve iş tatmini arasındaki ilişkilerde aracı etkisine sahip olduğuna ilişkin hipotezler de kabul edilmiştir (Çakar ve Yıldız, 2009, 83-84). Gillet ve arkadaşları ise Fransa'da 323 hemşire üzerinde yaptıkları çalışma ile birlikte, prosedür adaletinin, örgütsel destek ve ihtiyaç tatmini

değişkenleri üzerinde olumlu bir etki gösterdiğini ve bu yolla performans, iş tatmini ve örgütsel özdeşleşme ile pozitif ve anlamlı yönde bir ilişkiye sahip olduğunu belirtmiştir (Gillet vd., 2013: 2568). Bir diğer araştırma, Young'ın çalışanların yenilikçi iş davranışlarının teşvik edilmesi için örgütsel adaletin ve örgütsel desteğin önemini irdelediği çalışmasıdır. Güney Kore'de özel sektörde çalışan 454 kişiden elde edilen bulgular, örgütsel desteğin müdahalesi sonrasında örgütsel adalet boyutlarının yenilikçi iş davranışları üzerinde anlamlı düzeyde doğrudan bir etkisi olmadığını göstermiştir. Bu nedenle, Young, örgütsel adaletin yenilikçi iş davranışlarını, algılanan örgütsel desteğin psikolojik mekanizmasıyla etkileyebildiği yorumunu yapmıştır. Dolayısıyla adalet algılarının, örgütsel destek algısını artırdığını ve bu destek algısının da çalışanları yenilikçi davranışlara yönlendiği sonucuna ulaşılmaktadır. (Young, 2012: 234, 238). Chang'ın Tayvan'da hemşireler üzerinde yaptığı çalışma sonrasında ise örgütsel adaletin, hemşirelerin örgütsel destekle ilgili duygularını olumlu yönde etkilediği ve örgütsel vatandaşlık davranışlarına yine olumlu şekilde yansıdığı sonucuna ulaşılmıştır (Chang, 2014: 336). Erdem'in Türkiye Güreş Federasyonuna bağlı güreş hakemleri üzerinde yaptığı araştırmanın bulguları da örgütsel adalet ile örgütsel destek arasındaki pozitif yöndeki güçlü ilişkiyi doğrulamaktadır (Erdem, 2023: 68). Örgütsel adalet ve örgütsel destek arasındaki ilişkilere dair tüm bu çalışmalar göz önüne alındığında, H3 hipotezinin geliştirilmesi uygun görülmüştür:

H3: Örgütsel adaletin öğretim elemanlarının örgütsel destek algıları üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

Bu çalışmanın amacı, esasen, akademisyenler açısından örgütsel adaletin işyeri maneviyatı ile olan ilişkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı etkisini araştırmaktır. Bu nedenle H4 hipotezinin geliştirilmesine karar verilmiştir:

H4: Akademisyenler açısından örgütsel adaletin işyeri maneviyatına etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü vardır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada, örgütsel adaletin işyeri maneviyatıyla ve algılanan örgütsel destekle olan ilişkilerinin incelenmesinin yanı sıra, örgütsel adalet ile işyeri maneviyatı arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracı rolünün olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Verilerin toplanabilmesi için anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler, basılı formda ve GoogleForms ile olmak üzere iki şekilde katılımcılara ulaştırılmıştır. Bayburt Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi akademik personelleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma için bu üniversitelerin seçilmesinde özellikle, katılımcılara ulaşmanın daha kolay olması etkili olmuştur. Ayrıca Atatürk Üniversitesi'nin öğretim elemanı sayısının fazla oluşu da dikkate alınmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış ve 220 katılımcıya ulaşılmıştır. Ancak bazı sorulara birden fazla yanıt verilmesi ya da soruların boş bırakılması nedenleriyle 22 anket, analize dahil edilmemiş ve böylece analiz için 198 katılımcının verilerinden yararlanılmıştır.

Veri toplamada kullanılan anket formu, toplamda dört bölümden ve 45 sorudan meydana gelmektedir. İlk bölümde katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini anlamaya ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde örgütsel adaletin ölçülmesi amacıyla Ambrose ve Schminke (2009) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Erol-Korkmaz (2014) tarafından çevrilen Genel Adalet Algısı Ölçeğinden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek 6 ifadeden ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ambrose ve Schminke, farklı adalet boyutlarına odaklanmaktansa genel bir adalet ölçüsü kullanılmasının hem kişilerin adalet deneyimlerinin net bir şekilde anlaşılması hem de uygulamanın kolaylığı açısından faydalı olacağını belirtmektedir (Ambrose ve Schminke, 2009:497-498). Bu noktadan hareketle çalışmada bu ölçeğin kullanılması uygun görülmüştür. Üçüncü bölümde, işyeri maneviyatının ölçülmesi amacıyla Milliman, Czaplewski ve Ferguson (2003) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Çakıroğlu ve Aydoğan (2021) tarafından uyarlanan Örgütsel Maneviyat Ölçeğinden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek; anlamlı iş, topluluk duygusu ve örgütsel değerlerle uyum olmak üzere 3 alt boyuttan ve toplamda 21 ifadeden meydana gelmektedir. Belirtmek gerekir ki, Milliman ve arkadaşları (2003:427-428, 434), söz konusu ölçeğin topluluk duygusu dışında kalan diğer iki boyutu için Ashmos ve Duchon'un (2000) ölçeğinden yararlanıldığını ifade etmiştir. Dördüncü bölümde ise algılanan örgütsel desteğin ölçülmesi amacıyla Eisenberger ve arkadaşları (1986) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Giray ve Şahin (2012) tarafından uyarlanan Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek tek boyutlu olup toplamda 12 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeklerin ifadeleri, gerekli görülen yerlerde örnekleme göre düzenlenmiştir. Örneğin, ölçek maddelerinde "öğretim elemanı" ifadelerine yer verilmiştir. Ayrıca 5'li Likert tipi kullanılmıştır.

Katılımcılardan elde edilen verilerin analizi amacıyla SPSS 23 ve AMOS 23 programları kullanılmıştır. Tanımlayıcı bilgilerin değerlendirilmesi için frekans analizi yapılmıştır. Sonrasında ölçeklerin geçerliliğinin belirlenmesi için açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Güvenilirliğin belirlenmesi için ise güvenilirlik testi uygulanmıştır. Verilerin dağılımının normal olup olmadığını anlamak amacıyla normallik testi yapılmıştır. Ardından değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünü ve derecesini anlamak üzere

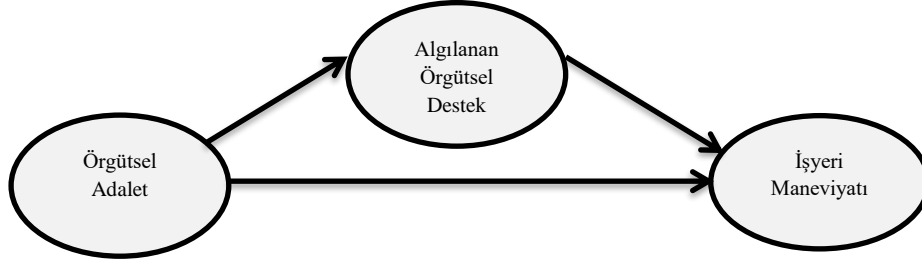
korelasyon analizine gidilmiştir. Çalışmanın hipotezlerinin test edilmesi amacıyla Baron ve Kenny nedensel adımlar yöntemiyle aracı değişken analizi yapıldıktan sonra Sobel testi uygulanmıştır.

Etik Beyanı: Bayburt Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 28/03/2024 tarihli 96 sayılı kararı ile Etik Kurul onayı alınmıştır.

4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli, genel literatür değerlendirmesi ve araştırma amacı dikkate alınarak aşağıda gösterilen şekilde oluşturulmuştur.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

	Değişkenler	N	%
Cinsiyet	Kadın	86	43,4
	Erkek	112	56,6
Yaş Grubu	25 ve altı	6	3,0
	26-30	25	12,6
	31-35	39	19,7
	36-40	65	32,8
	41-45	32	16,2
	46 ve üzeri	31	15,7
Medeni Durum	Evli	132	66,7
	Bekar	66	33,3
Akademik Unvan	Araştırma Görevlisi	46	23,2
	Öğretim Görevlisi	23	11,6
	Dr. Öğretim Üyesi	59	29,8
	Doç. Dr.	51	25,8
	Prof. Dr.	19	9,6
Yöneticilik Görevi Var mı?	Evet	63	31,8
	Hayır	135	68,2
Akademisyenlikteki Süre	1-5	48	24,2
	6-10	46	23,2
	11-15	69	34,8
	16-20	12	6,1
	21 ve üzeri	23	11,6

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde, erkek katılımcıların % 56,6'lık oranla çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Yaş grupları açısından % 32,8'lik bir oranla 36-40 yaş aralığı ilk sırayı almaktadır. Evli katılımcıların % 66,7'lik oranla örnekleme daha fazla yer aldığı anlaşılmaktadır. Akademik unvan açısından % 29,8'lik oranla doktor öğretim üyeleri çoğunluktadır. Katılımcıların çoğu yönetici pozisyonunda değildir (% 68,2). Akademisyenlikte geçirilen süre bakımından ise çoğunluğun % 34,8'lik oranla 11-15 yıl aralığında toplandığı görülmektedir.

4.3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Çalışmada veri toplamak amacıyla kullanılan anket formundaki ölçeklerin faktör yapılarının belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde amaç, ölçüm aracındaki çok sayıda ifadenin daha küçük bir veri setine indirgenmesi ve böylece yapıyı açıklamak için en az sayıda ortak faktörün belirlenmesidir (Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021: 34). Faktör analizi açısından öncelikle, örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığının belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin Ölçüsü (KMO) kullanılabilir. Bu değerlendirmeyi yaparken en az 0,70 değerinin ve hatta 0,80 değerinin esas alınması en uygun veri setine

ulaşmak açısından yararlı olabilir (Seçer, 2015: 156). Veri setinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi açısından kullanılan Significant (p) değerinin ise 0,05'ten küçük olması gerekmektedir. Bir diğer dikkat edilmesi gereken kriter ise toplam açıklanan varyans değeridir. Bu değer, % 50 ve üzerinde olması gerektiği belirtilmektedir (Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021: 40, 46). Literatürde, bu oranın, sosyal bilimler alanında % 40 ve üzerindeki değerlerde olması gerektiğine ilişkin bir görüş de bulunmaktadır (Gündüz ve Coşkun, 2012:117; Aktaran: Yavuz ve Sağlam, 2018:931). Ayrıca analiz sonucunda faktörlerin yer aldıkları faktör boyutu içindeki faktör yükü değerlerine de dikkat edilmektedir. Bu değerlerin, 0,50'nin üstünde olması uygun görülmektedir. Ancak literatürde 0,45 sınırının esas alınabileceği ya da ölçekteki madde sayısının az olması halinde 0,30 olabileceği yönünde görüşler de vardır. Ayrıca bir maddenin iki ya da daha fazla faktöre yüklenmesi ve bununla birlikte faktör yükleri arasındaki farkın 0,1'den düşük olması olarak ifade edilen "binişliklik durumu" da istenmemektedir (Karagöz, 2021: 863-864; Seçer, 2015: 167). Anti imaj matrisinde her bir değişkenin diyagonal elemanlarının örneklem uygunluk ölçüsü de incelenmelidir. Eğer 0,5 değerinin altında bir değer söz konusuysa ilgili değişkenin analizden çıkarılması gerekmektedir (Field, 2005; Aktaran: Çolakoğlu ve Büyükekeşi, 2014: 60).

Tablo 2. Genel Adalet Algısı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör İsmi	İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Örgütsel Adalet	ÖA3	0,942	% 86,072
	ÖA2*	0,936	
	ÖA4	0,930	
	ÖA5	0,922	
	ÖA1	0,908	
		Toplam	% 86,072
Kaiser Meyer Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi			0,863
Barlett Küresellik Testi		Ki-kare	1178,795
		Ser.der.	10
		p	0,000

* Ters kodlu ifade

Genel adalet algısı ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde, KMO değerinin 0,863 olarak belirlenmesi nedeniyle örneklemin faktör analizi açısından yeterli olduğu anlaşılmakta ve p değerinin 0,05'ten küçük olması nedeniyle de veri setinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin 6.maddesi, ortak faktör varyansı değerinin 0,50'nin altında olması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Nitekim ortak faktör varyansı değerinin 0,50'den düşük olması halinde ilgili maddenin analiz dışında tutulması gerekmektedir (Karagöz, 2021: 862). Faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı % 86,072 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. İşyeri Maneviyatı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör İsmi	İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Anlamlı İş	İM3	0,887	% 22,971
	İM6	0,841	
	İM5	0,807	
	İM2	0,784	
	İM4	0,709	
Topluluk Duygusu	İM9	0,865	% 25,132
	İM11	0,825	
	İM12	0,792	
	İM13	0,712	
	İM10	0,611	
Örgütsel Değerlerle Uyum	İM18	0,823	% 24,729
	İM20	0,805	
	İM17	0,731	
	İM16	0,688	
	İM21	0,644	
	İM14	0,635	
		Toplam	% 72,832
Kaiser Meyer Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi			0,928
Barlett Küresellik Testi		Ki-kare	2332,990
		Ser.der.	120
		p	0,000

İşyeri maneviyatı ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde, KMO değerinin 0,928 olarak belirlendiği ve dolayısıyla örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu görülmektedir. Barlett küresellik testi p değeri 0,000 olduğundan verilerin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmıştır. Analiz sürecinde, sırasıyla, 15.madde, 19. madde ve 7. madde, ortak faktör varyansı değerlerinin 0,50'nin altında olması nedeniyle analizden çıkarılmış ve her analiz dışı bırakma işlemi sonrasında elde edilen değerler yeniden incelenmiştir. Sonuçlar

incelendiğinde, 8. maddenin ve 1. maddenin binişik madde durumunda olduğu görülmüş, faktör yükleri arasındaki farkın daha düşük olması nedeniyle önce 8. madde analizden çıkarılmıştır. Analizin tekrarlanması sonrasında 1. maddenin binişik madde olma özelliği devam ettiği için bu ifade de analiz dışı bırakılmıştır. Ölçeğin toplam açıklanan varyans değeri, % 72,832'dir. Toplam varyansın % 22,97'sini anlamlı iş boyutunun, % 25,132'sini topluluk duygusu boyutunun ve % 24,729'unu örgütsel değerlerle uyum boyutunun açıkladığı görülmektedir.

Tablo 4. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör İsmi	İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Algılanan Örgütsel Destek	AÖD9*	0,878	% 68,146
	AÖD8*	0,865	
	AÖD1	0,863	
	AÖD2*	0,862	
	AÖD3	0,854	
	AÖD7*	0,842	
	AÖD12	0,816	
	AÖD6*	0,811	
	AÖD5	0,809	
	AÖD4	0,787	
	AÖD11*	0,768	
AÖD10	0,739		
		Toplam	% 68,146
Kaiser Meyer Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Testi			0,945
Barlett Küresellik Testi		Ki-kare	2155,136
		Ser.der.	66
		p	0,000

*Ters kodlu ifade

Algılanan örgütsel destek ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, KMO değeri, 0,945'tir. Bu nedenle faktör analizi için örneklem sayısının yeterli olduğu söylenebilmektedir. Barlett testi p değeri, 0,000 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla, verilerin faktör analizine uygunluğu da anlaşılmıştır. Toplam açıklanan varyans, %68,146'dır.

4.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Açıklayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra elde edilen faktör yapılarının uyum düzeyinin incelenmesi amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Belirtmek gerekir ki, işyeri maneviyatı ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 13. maddenin farklı boyutlarda yer aldığı belirlenmiştir. Uyum indeksi değerleri dikkate alınarak ilgili madde analizden çıkarılmıştır. Her bir ölçek için gerekli modifikasyonlar yapılmıştır. Bu analizde elde edilen uyum iyiliği sonuçlarının belirlenmesine ilişkin olarak kullanılan değerler (Dursun ve Kocagöz, 2010: 15) ve ölçeklerin analiz sonucunda elde edilen uyum indeksi değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin gerekli değerleri sağladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Genel Adalet Algısı	İşyeri Maneviyatı	Algılanan Örgütsel Destek
RMSEA	0<RMSEA<0,05	0,05<RMSEA<0,10	0,075	0,067	0,077
NFI	0,95≤NFI≤1	0,90≤NFI≤0,95	0,995	0,927	0,955
CFI	0,97≤CFI≤1	0,95≤CFI≤0,97	0,997	0,964	0,975
IFI	0,95≤IFI≤1	0,90≤IFI≤0,95	0,997	0,964	0,975
GFI	0,95≤GFI≤1	0,90≤GFI≤0,95	0,988	0,902	0,927
AGFI	0,90≤AGFI≤1	0,85≤AGFI≤0,90	0,939	0,860	0,876
Ki-kare/DF	<3	<5	2,109	1,889	2,161

Yapısal geçerliliğin ardından, birleşim geçerlilik değeri (CR) ve ayrışım geçerlilik değerleri (AVE) hesaplanmıştır (Aydoğdu, F., 2023). CR'nin 0,70 ve üzeri değerler alması gerektiği belirtilmektedir. AVE'nin ise 0,50 ve üzeri olması gerekmektedir (Hair vd., 2023:775; Aktaran: Deniz ve Kumru, 2022: 559). Ölçeklere

ilişkin CR ve AVE değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Değerler incelendiğinde gerekli şartların sağlandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Ölçeklerin Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Değerleri

	CR	AVE
Genel Adalet Algısı	0,9537	0,8053
Anlamlı İş	0,8946	0,6308
Topluluk Duygusu	0,8926	0,6764
Örgütsel Değerlerle Uyum	0,8862	0,6094
Algılanan Örgütsel Destek	0,9549	0,6395

4.5. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçeklerin değerlendirilmesi açısından bir diğer önemli konu, güvenilirliktir. Bunun için kullanılan Cronbach Alfa değerinin 0,7'nin üzerinde olması ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığı şeklinde yorumlanmaktadır (Seçer, 2015: 219). Bu çalışmada kullanılan ölçekler üzerinde açıklayıcı faktör analizi ve sonrasında yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları dikkate alınarak güvenilirlik testi yapılmıştır. Sonuçlar, aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Tablodaki değerler incelendiğinde ölçeklerin gerekli güvenilirlik şartlarını taşıdığı görülmektedir.

Tablo 7. Ölçeklerin Cronbach Alpha Değerleri

	Cronbach Alpha
Genel Adalet Algısı	0,959
İşyeri Maneviyatı	0,930
Anlamlı İş	0,896
Topluluk Duygusu	0,887
Örgütsel Değerlerle Uyum	0,908
Algılanan Örgütsel Destek	0,957

4.6. Normallik Testi Sonuçları

Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin anlaşılması ve sonrasında hangi korelasyon testi türünün yapılacağına belirlenmesi için normallik testi uygulanmıştır. Sonuçlar, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 8. Normallik Testi Sonuçları

	Ort.	Standart Hata	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Örgütsel Adalet	3,3020	0,94170	-0,339	-0,485
İşyeri Maneviyatı	3,4539	0,04947	-0,287	0,096
Örgütsel Destek	3,2340	0,87479	-0,395	0,028

Örgütsel adalet değişkeninin çarpıklık değeri, -0,339, basıklık değeri ise -0,485'tir. İşyeri maneviyatı değişkeninin çarpıklık değerinin -0,287, basıklık değerinin ise 0,096 olduğu görülmektedir. Algılanan örgütsel destek açısından ise çarpıklık değeri -0,395 ve basıklık değeri 0,028 olarak bulunmuştur. Literatürde farklı değer aralıklarına ilişkin değerlendirmeler bulunmaktadır. Tabachnick ve Fidell'e göre bu değerlerin -1,5 ile +1,5 arasında yer alması, verilerin normal dağıldığını göstermektedir. George ve Mallery'e göre ise -1 ile +1 arasındaki değerler, mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca -2 ve +2 arasındaki değerler de kabul edilebilir (Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021: 15). Dolayısıyla bu sonuçlara göre verilerin normal dağıldığı söylenebilmektedir. Bu nedenle Pearson Korelasyon testi yapılmasına karar verilmiştir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

5.1. Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo 9. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ort.	SS	ÖA	İM	Aİ	TD	ÖDU	AÖD
ÖA	3,3020	,94170	1	718, **	,426 **	,638 **	,725 **	,768 **
İM	3,4552	,70018		1	,755 **	,856 **	,908 **	,804 **
Aİ	3,9566	,76652			1	,450 **	,497 **	,421 **
TD	3,0985	,89932				1	,736 **	,705 **

ÖDU	3,2753	,83130	1	,862**
AÖD	3,2340	,87479		1

** p<0,01

Not. ÖA: Örgütsel Adalet; İM: İşyeri Maneviyatı; Aİ: Anlamlı İş; TD: Topluluk Duygusu; ÖDU: Örgütsel Değerlerle Uyum; AÖD: Algılanan Örgütsel Destek

Çalışmada, örgütsel adalet, işyeri maneviyatı ve örgütsel adalet arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Pearson Korelasyon testi yapılmıştır. Sonuçların değerlendirilmesi açısından korelasyon katsayısı incelenir. Bu katsayının negatif ya da pozitif olması, iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü belirtmektedir. Pozitif bir değer, iki değişkenden birinin değeri artarken diğerinin değerinin de artacağı anlamına gelmektedir. Bu durum iki değişken arasındaki ilişkinin olumlu olduğunu göstermektedir. Negatif bir değer ise değişkenlerden birinin artması halinde diğerinin azalacağını, yani iki değişken arasındaki ilişkinin olumsuz olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayısının değeri, işaret dikkate alınmaksızın 0 ile 0,30 arasındaysa zayıf, 0,30 ile 0,70 arasındaysa orta ve 0,7 ile 1 arasındaysa yüksek düzeyde bir ilişkinin varlığı anlaşılır. Sonuç 0 ise ilişki olmadığı söylenir. Literatürde farklı değer aralıklarına da rastlanabilmektedir (Gürbüz, 2021: 28). Analiz sonuçları incelendiğinde, bu kriterlere göre; örgütsel adalet, algılanan örgütsel destek ve işyeri maneviyatı değişkenlerinin birbirleri ile arasındaki ilişkilerin pozitif yönlü ve genelde yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Diğer taraftan anlamlı iş boyutunun, diğer değişkenlerle ilişkisinin pozitif yönlü ve genelde orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Yine örgütsel adaletin topluluk duygusu ile arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve orta düzeyde olduğu görülmektedir.

5.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Çalışmada daha önce de belirtildiği gibi, örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Analiz yöntemi olarak Baron ve Kenny'nin (1986) Nedensel Adımlar Yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, birbiri ardına belirtilen koşulların her birinin sağlanması gerekmektedir. Öncelikle, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi olmalıdır. Daha sonra bağımsız değişkenin aracı olduğu düşünülen değişken üzerindeki etkisinin anlamlı olması şartı aranır. Bu aşamadan sonra, bağımsız değişken ile aracı olduğu ileri sürülen değişkenin regresyon analizine birlikte sokulması sonrasında, aracı olduğuna inanılan değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisinin olduğu görülmelidir. Son olarak, bu adımda, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiye bakılır. Eğer aradaki ilişki anlamsız olursa tam aracılık olduğu, ilk adıma göre daha düşük bir etki çıkarsa kısmi aracılık olduğu yorumu yapılır (Baron ve Kenny, 1986: 1175-1176; Gürbüz, 2021: 54; Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021: 135). Bu bakımdan, regresyon analizi dört aşamada gerçekleşmiştir. Birinci aşamada, bağımsız değişken olan örgütsel adaletin bağımlı değişken olan işyeri maneviyatı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu ($\beta=.718$, $p<0.05$), ikinci aşamada örgütsel adaletin aracı olduğu ileri sürülen algılanan örgütsel destek üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür ($\beta=.768$, $p<0.05$). Üçüncü ve dördüncü aşamalar için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, algılanan örgütsel desteğin işyeri maneviyatı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur ($\beta=.617$, $p<0,05$). Dördüncü aşama ile örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki dolaylı etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Son olarak, örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki dolaylı etkisinin pozitif yönlü ve anlamlı olduğu belirlenmiştir. Algılanan örgütsel desteğin modele dahil edilmesiyle birlikte örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerindeki etkisi azalmıştır ($\beta=.244$, $p<0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda, örgütsel adaletin işyeri maneviyatına olan etkisinde, algılanan örgütsel desteğin kısmi aracı rolü olduğu anlaşılmaktadır. Aracı etkinin anlamlılığının değerlendirilmesi için Sobel testi yapılmıştır. Sonuçlara göre aracı etki, anlamlıdır ($z=10.08965$, $p<0.05$).

SONUÇ

Bu çalışmada öğretim elemanları açısından örgütsel adalet, işyeri maneviyatı ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişki ele alınmıştır. Sonuçlar, örneklemdaki akademisyenler açısından örgütsel adaletin işyeri maneviyatı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Atakul'un (2022) farklı ölçekleri ve değişken boyutlarını kullanarak yaptığı çalışması da örgütsel adalet ve işyeri maneviyatı arasındaki olumlu ilişkiyi ortaya koymuştur.

Çalışmanın bir diğer sonucu, örgütsel adaletin örgütsel destek üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğudur. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin işyeri maneviyatı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, örneklemdeki öğretim elemanları açısından adaletli bir ortamın ve algılanan örgütsel desteğin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bahsedilen ilişkiler açısından farklı ölçekler ve boyutlar kullanılmış olsa da genel olarak literatürde elde edilen sonuçların birbirini desteklediği söylenebilir (Haryokusumo, 2015; Adıgüzel, Çakır ve Atalay, 2021; Jacobs, Belschak ve Den Hartog, 2014; DeConinck ve Johnson, 2009; Stone ve Jawahar, 2017; Loi, Hang-yue ve Foley, 2006; Andrews ve Kacmar, 2001; Çakar ve

Yıldız, 2009; Gillet vd., 2013; Young, 2012; Chang, 2014; Erdem, 2023). Ayrıca, örgütsel adalet ile işyeri maneviyatı arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin kısmi aracı etkisinin olduğu da çalışmanın diğer bir sonucunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla yapılan analizler sonucunda, H1, H2, H3 ve H4 hipotezleri kabul edilmiştir.

Ancak bu noktada, belirtilmesi gereken bazı çıkarımlar da bulunmaktadır. Örneğin, bu çalışmada maneviyat gibi bir kavramın işyeri bağlamında ölçülmesine çalışılmıştır. Bunun zorluğunu, bizzat işyeri maneviyatı ölçeğinin geliştiricilerinden olan Milliman, Czaplewski ve Ferguson da belirtmektedir (Milliman, Czaplewski ve Ferguson, 2003: 428-429). Kanımca, insana dair hiçbir manevi kavram, kesin ve yanlıgsız bir şekilde ölçülemez. Çünkü her insan kendi ruhsal varlığı dahilinde diğerlerinden farklıdır. Bu farklılığı etkileyen birçok faktör söz konusu olabilir. Dolayısıyla yapılan çalışmalar, araştırmacılara bir bakış açısı kazandırmaktan çok da öteye gidemez. Nitekim, anketlerin bir kısmı elden dağıtılmıştır ve bunların birçoğu daha sonraki bir tarihte katılımcılardan alınmıştır. Ancak, katılımcıların bazıları anketleri hemen doldurmayı tercih etmiş bunu yaparken de gerek anket soruları gerekse de yanıtlar konusunda yorumlarda bulunmuşlardır. Örneğin, bir öğretim elemanı, örgütün koşulları ne olursa olsun düşüncelerini özgürce ifade edecek karakterde bir insan olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla burada kişilik faktörünün de etkili olduğu söylenebilir. Gelecekte araştırmacılar, incelenen konuyu çok daha fazla değişken ile birlikte ele almayı tercih edebilirler. Bir diğer öğretim elemanı ise, içinde bulunduğu birimden çok da haz etmediğini, ancak arkadaşlarını sevdiğini belirtmiştir. Dolayısıyla insanların örgütleri hakkında farklı düşünürken arkadaş ortamları sayesinde maneviyatlarının artabileceği de düşünülebilir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, yükseköğretim kurumlarında gerek idari pozisyonlarda yer alan kişilerin gerekse de diğer öğretim elemanlarının adaletli bir ortamın sağlanması açısından ayrımcılığa yönelik uygulama ve davranışlardan uzak durmasının, belirli bir ortak bilince sahip olmasının ve destekleyici bir anlayışın oluşturulması için çaba göstermelerinin en başta kendi yararlarına olacağı kanaati oluşmaktadır. Nitekim, ömürlerinin önemli bir bölümünü geçirdikleri ve neredeyse ikinci bir ev halini alan çalışma ortamlarında sahip olacakları ruh halinin, kurumsal ve bireysel anlamda yansımaları olacağı düşünülebilir. Manevi açıdan güçlü hisseden insanların yaptıkları iş açısından da kendini güçlü görmesi ve bunun da verilen eğitimin kalitesine yansımaları olasıdır.

Son olarak, araştırmanın kısıtlarından da bahsedilebilir. Zaman ve katılımcı sayısı, çalışmadaki ana kısıtlar olarak belirtilebilir. Konu hakkındaki değerlendirmeler, katılımcı sayısı bakımından daha zengin veri setleriyle zenginleştirilebilir. Çalışmanın yapıldığı üniversite sayısının artırılması ve farklı bölgelerden veri toplanması, daha genel bir bakış açısı oluşturmada yararlı olabilir. Ayrıca, söz konusu değişkenlerle ilgili olarak kişilik yapısı ve örgütsel bağlamdaki başka değişkenler de dikkate alınarak daha kapsamlı ve ayrıntılı analizlere gidilebilir. Ancak, söz konusu kısıtlara rağmen bu çalışmanın incelediği konu ve sunduğu sonuçları itibarıyla, akademik personeli inceleyemeye yönelik alan yazın bağlamında genel bir bakış açısı oluşturduğu söylenebilir. Araştırmacılar, ileride gerçekleştirecekleri çalışmalarda, akademik hayata yönelik birçok konu ve tartışma üzerinde çalışabilirler. Kanımca, bu yönde gösterilecek çabalar, sadece literatürün gelişmesi için değil, akademik hayatın iyileştirilmesi açısından da önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Z., Çakır, F. S. ve Atalay, A. (2021). "The Mediation Role of Perceived Organizational Support in the Effect of Workplace Spirituality on Job Control and Organizational Citizenship". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35 (1), 125-149, <https://doi.org/10.16951/atauniiibd.746341>
- Aksakal, H. İ. (2020). *İlköğretim Okullarında Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Maneviyatın Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Allen, D. G. ve Shanock, L. R. (2013). "Perceived Organizational Support and Embeddedness as Key Mechanisms Connecting Socialization Tactics to Commitment and Turnover Among New Employees". *Journal of Organizational Behavior*, 34 (3), 350-369. <https://www.jstor.org/stable/23463982>
- Ambrose, M. L. ve Schminke, M. (2009). "The Role of Overall Justice Judgments in Organizational Justice Research: A Test of Mediation". *Journal of Applied Psychology*, 94 (2), 491-500.
- Ancın, V. (2024). *İşyeri Maneviyatının İşe Adanma Üzerindeki Etkisinde Pozitif Psikolojik Özelliklerin Rolü*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Andrews, M. C. ve Kacmar, K. M. (2001). "Discriminating Among Organizational Politics, Justice and Support". *Journal of Organizational Behavior*, 22, 347-366. DOI: 10.1002/job.92

- Ang, S., Dyne, L. V. ve Begley, T. M. (2003), "The Employment Relationships of Foreign Workers versus Local Employees: A Field Study of Organizational Justice, Job Satisfaction, Performance, and OCB". *Journal of Organizational Behavior*, 24 (5), Special Issue: Employment Relationships: Exchanges between Employees and Employers, 561-583. <https://www.jstor.org/stable/4093706>
- Aral, V. (2013), "Bir Adalet Bilimi Olarak Hukuk Bilimi". *Adalet Kavramı* (Yayına Hazırlayan: Adnan Güriz), Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Aryee, S., Budhwar, P. S. ve Chen, Z. X. (2002). "Trust as a Mediator of the Relationship between Organizational Justice and Work Outcomes: Test of a Social Exchange Mode". *Journal of Organizational Behavior*, 23 (3), 267-285. <https://www.jstor.org/stable/4093804>
- Aselage, J. ve Eisenberger, R. (2003). "Perceived Organizational Support and Psychological Contracts: A Theoretical Integration". *Journal of Organizational Behavior*, 24 (5), Special Issue: Employment Relationships: Exchanges between Employees and Employers, 491-509. <https://www.jstor.org/stable/4093703>
- Asgari, A., Mezginejad, S. ve Taherpour, F. (2020). "The Role of Leadership Styles in Organizational Citizenship Behavior Through the Mediation of Perceived Organizational Support and Job Satisfaction". *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 30 (75), 87-98. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26863971>
- Ashmos, D. ve Duchon, D. (2000). "Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure". *Journal of Management Inquiry*, 9 (2), 134-145.
- Atakul, Ş. (2022). *İşyeri Maneviyatı ve Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkileri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Aydoğdu, F. (2023). AVE ve CR Hesaplama. Fuat Aydogdu Resmi Web Sitesi. <https://www.fuataydogdu.com/avecr>
- Aydoğdu, T. (2022). *Etik Liderlik ve Çalışan Sessizliğinin Ekip Performansına Etkisinde İşyeri Maneviyatının Aracı Rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baran, B. E., Shanock, L. R. ve Miller, L. R. (2012). "Advancing Organizational Support Theory into the Twenty-First Century World of Work". *Journal of Business and Psychology*, 27 (2), 123-147. <https://www.jstor.org/stable/41474913>
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations". *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182. https://www.researchgate.net/publication/281274059_The_moderator-mediator_variable_distinction_in_social_psychological_research_conceptual_and_statistical_considerations/link/56a80b3108ae997e22bc2b06/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZS16InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Bastiat, F. (2010) *Hukuk*. (Çev: Yıldırım Arsan ve Atilla Yayla). Ankara: Liberte Yayınları. (1850)
- Berzah, M. Çakır ve Çakır, M. (2015). "İş Hayatında Maneviyat Yaklaşımı Ne Vaadediyor?". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13 (26), 135-149. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/660408>
- Biswas, S. (2015). "Justice Perceptions, Organizational Citizenship Behavior, Intention to Quit & Affective Commitment". *Indian Journal of Industrial Relations*, 50 (4), 625-637. <https://www.jstor.org/stable/24547009>
- Bostancıoğlu, A. İ. (2022). *İşyeri Maneviyatının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi: İstanbul'daki İmam Hatip Liselerinde Çalışan Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Yalova: Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Burns, W. R. T., DiPaola, M. F. (2013). "A Study of Organizational Justice, Organizational Citizenship Behavior, and Student Achievement in High Schools". *American Secondary Education*, 42 (1), 4-23. <https://www.jstor.org/stable/43694174>
- Burton, J. P., Sablinski, C. J. ve Sekiguchi, T. (2008). "Linking Justice, Performance, and Citizenship via Leader-Member Exchange". *Journal of Business and Psychology*, 23 (1/2), 51-61. <https://www.jstor.org/stable/27753888>

- Clay-Warner, J., Hegtvedt, K. A. ve Paul Roman, P. (2005). "Procedural Justice, Distributive Justice: How Experiences with Downsizing Condition Their Impact on Organizational Commitment". *Social Psychology Quarterly*, 68 (1), 89-102. <https://www.jstor.org/stable/4148783>
- Çakar, N. D. ve Yıldız, S. (2009). "Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Algılanan Örgütsel Destek Bir Ara Değişken mi?". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (28), 68-90. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70103>
- Çakıroğlu, D. (2017). *Algılanan Örgütsel Maneviyatın Psikolojik Sözleşmeye Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çakıroğlu, D. ve Aydoğan, E. (2021). "Örgütsel Maneviyat Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması". *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56 (2), 1062-1077. <https://toad.halileksi.net/wp-content/uploads/2022/07/orgutsel-maneviyat-olcegi-toad.pdf>
- Çavuşoğlu, F. S. (2021). *İşyeri Maneviyatının, Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Üretim Karşıtı İş Davranışı Üzerinde Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Çetinel, M. H. , Taslak, S. (2023). *İşyerinde Whistleblowing, Örgütsel Adalet ve Kişilik, İlişkisel Bir İnceleme*. Ankara: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Chang, C. S. (2014). "Moderating Effects of Nurses' Organizational Justice Between Organizational Support and Organizational Citizenship Behaviors for Evidence-Based Practice". *Worldviews on Evidence-Based Nursing*, 11 (5), 332-340. <https://sigmapubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/wvn.12054>
- Çiçek, M. (2020). "Aristoteles'in Adalet Anlayışı". *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (4), 1-11. Doi: 10.18026/cbayarsos.650770
- Çoban, Ö. (2019). *Okullarda Örgütsel Maneviyatın Artırılmasına İlişkin Öğretmen Görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çolakoğlu, Ö. M. ve Büyükeksi, C. (2014). "Açımlayıcı Faktör Analiz Sürecini Etkileyen Unsurların Değerlendirilmesi". *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 2, 58-64.
- Dal, T. Y. (2023). *İşyeri Maneviyatıyla İş Doyumu Arasındaki İlişkide dışsal motivasyon ve Duygusal Bulaşmanın Rolü: Sağlık Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- DeConinck, James B. ve Johnson, J.T. (2009). "The Effects of Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Organizational Justice on Turnover among Salespeople". *The Journal of Personal Selling and Sales Management*, 29 (4), 333-350. <https://www.jstor.org/stable/40472194>
- Demirler, S. (2023). "İşyeri Maneviyatı Literatürünün Bibliyometrik Analizi". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15 (3), 1605-1621. DOI: <https://doi.org/10.20491/isarder.2023.1669>
- Deniz, M. ve Kumru, S. (2022). "İş Performans Ölçeği Geliştirme Çalışması: Özel Bir Hastane Uygulaması". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 32 (2), 549-562, DOI: 10.18069/firatsbed.833940
- Dursun Y. ve Kocagöz E. (2010)., "Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Regresyon: Karşılaştırmalı Bir Analiz". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:35, 1-17.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). "Perceived Organizational Support". *Journal of Applied Psychology*, 71, 500-507.
- Erdem, T. (2023). *Güreş Federasyonunda Görevli Hakemlerin Algıladıkları Örgütsel Adalet, Örgütsel Destek, Örgüt Kültürü ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişki*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Erol-Korkmaz, H.T. (2014). "Çalışanların Günlük Duygu Durumu ve Üretim Karşıtı Davranışları Arasındaki İlişki: Genel Örgütsel Adalet Algısının Düzenleyici Rolü". *Türk Psikoloji Yazıları*, 17(33), 77-87. <https://psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpy1301996120140000m000084.pdf>
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publication.
- Fryxell, G. E. ve Gordon, M. E. (1989). "Workplace Justice and Job Satisfaction as Predictors of Satisfaction with Union and Management". *The Academy of Management Journal*, 32 (4), 851-866. <https://www.jstor.org/stable/256571>

- Genç, C. (2023). *Sosyal Sermaye ve Algılanan Örgütsel Maneviyatın Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi: Hemşireler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- George, D. ve Mallery, M. (2010), *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update*, Boston: Pearson.
- Gieter, S. D., Cooman, R. D., Hofmans, J., Pepermans, R. ve Jegers, M. (2012). "Pay-Level Satisfaction and Psychological Reward Satisfaction as Mediators of the Organizational Justice–Turnover Intention Relationship". *International Studies of Management & Organization*, 42 (1), 50-67. <https://www.jstor.org/stable/41739581>
- Gillet, N., Colombat, P., Michinov, E., Pronost, A. M. ve Fouquereau, E. (2013). "Procedural Justice, Supervisor Autonomy Support, Work Satisfaction, Organizational Identification and Job Performance: The Mediating Role of Need Satisfaction and Perceived Organizational Support". *Journal of Advanced Nursing*, 11, 2560-2571. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jan.12144>
- Giray, M. D. ve Şahin, D. (2012). "Algılanan Örgütsel, Yönetici ve Çalışma Arkadaşları Desteği Ölçekleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması". *Türk Psikoloji Yazıları*, 15 (30), 1-9. <https://toad.halileksi.net/wp-content/uploads/2022/07/algılanan-orgutsel-destegi-olcegi-toad.pdf>
- Görken, K. S. (2023). *İşyeri Nezaketsizliğinin İşyeri Maneviyatına Etkisinde Bilinçli Farkındalığın Rolü: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüz, Y. ve Coşkun, Z. S. (2012). "Öğrenci Algısına Göre Öğretmen Etik Değerler Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması". *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 111-131.
- Gürbüz, S. (2021). *Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güriz, A., (2013), "Adalet Kavramının Belirsizliği". *Adalet Kavramı* (Yayına Hazırlayan: Adnan Güriz), Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Hameli, K. (2023). *Interactions Between Organizational Spirituality, Leadership Styles, Employee Well-Being and the Moderating Role of Organizational Trust: A Research on Kosovar Employees*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2016). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition).
- Haryokusumo, D. (2015). "The Effect of Workplace Spirituality Dimensions on Organizational Commitment with Perceived Organizational Support as a Moderating Variable". *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6 (2), 187-202. https://www.researchgate.net/publication/304605726_THE_EFFECT_OF_WORKPLACE_SPIRITUALITY_DIMENSIONS_ON_ORGANIZATIONAL_COMMITMENT_WITH_PERCEIVED_ORGANIZATIONAL_SUPPORT_AS_MODERATING_VARIABLE/link/577e576708aeae3b2834f56/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Höffe O., (2020). *Adalet Felsefi Bir Giriş*. (Çev.:Muhsin Bulut). İstanbul: Runik Kitap. (2001).
- İşcan, Ö. F. ve Naktiyok, A. (2004), "Çalışanların Örgütsel Bağdaşmalarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Adalet Algıları". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 59 (1), 181-201. <https://search.trdizin.gov.tr/yayin/detay/38752/calisanlarin-orgutsel-bagdasimlarinin-belirleyicileri-olarak-orgutsel-baglilik-ve-orgutsel-adalet-algilari>
- İşiaçık, S. (2019). *The Impacts of Perceived Corporate Social Responsibility and Workplace Spirituality on Innovative Work Behaviors: The Role of Psychological Safety Perception*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jacobs, G., Belschak, F. D. ve Den Hartog, D. N. (2014). "(Un)Ethical Behavior and Performance Appraisal: The Role of Affect, Support, and Organizational Justice". *Journal of Business Ethics*, 121 (1), 63-76. <https://www.jstor.org/stable/42921365>
- Jain, R. ve Jain, S. (2015). "Organizational Justice Climate & Organizational Citizenship Behavior in Indian Banks". *Indian Journal of Industrial Relations*, 50 (4), 613-624. <https://www.jstor.org/stable/24547008>

- Kaçay, Z. (2019). *İşyeri Yılmazlığının Yordayıcıları: Örgütsel Güven, Lider-Üye Etkileşimi ve İşyeri Maneviyatı (Spor Genel Müdürlüğü Örneği)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Karagöz, Y. (2021). *SPSS AMOS META Uygulamalı Biyoistatistik*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Kaya, Attila. (2023). *Çalışanlarda Örgütsel Destek Algısı, Personel Güçlendirme, Performans ve İş Tatmini, Konaklama İşletmeleri İçin Bir Modelleme*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Kazemipour, F. ve Amin, S. M. (2012). "The Impact of Workplace Spirituality Dimensions on Organizational Citizenship Behaviour Among Nurses with the Mediating Effect of Affective Organizational Commitment". *Journal of Nursing Management*, 20, 1039-1048. DOI: [10.1111/jonm.12025](https://doi.org/10.1111/jonm.12025)
- Lin, P. C. (2014). "A Study on the Expatriates, Organizational Justice, Organizational Commitment, Job Engagement, and Organizational Effectiveness". *Acta Oeconomica*, 64, Special Issue 2: Organizational Innovation and Its Development Selected Papers of the 8th Annual International Conference of Organizational Innovation (2014), 53-68. <https://www.jstor.org/stable/24857562>
- Loi, R., Hang-yue, N. ve Foley, S. (2006). "Linking Employees' Justice Perceptions to Organizational Commitment and Intention to Leave: The Mediating Role of Perceived Organizational Support". *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79, 101-120. DOI:10.1348/096317905X39657
- McFarlin D. B. ve Sweeney, P. D. (1992). "Distributive and Procedural Justice as Predictors of Satisfaction with Personal and Organizational Outcomes". *The Academy of Management Journal*, 35 (3), 626-637. <https://www.jstor.org/stable/256489>
- Milliman, J., Czaplewski, A.J. ve Ferguson, J. (2003). "Workplace Spirituality and Employee Work Attitudes An Exploratory Empirical Assessment". *Journal of Organizational Change*, 16 (4), 426-447. https://www.researchgate.net/publication/242341633_Workplace_spirituality_and_employee_work_attitudes_An_exploratory_empirical_assessment/link/0c9605343610dcc11e000000/download?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnNOUGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Naktiyok, A, Kızıl, S. (2018). "Örgütsel Destek ve Özyeterlik Algısının Akademik Erteleme Davranışı Üzerine Etkisi: Araştırma Görevlileri Üzerinde Bir İnceleme", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 267- 285. <https://isarder.org/index.php/isarder/article/view/679/667>
- Nazlı, İ. (2022), *Örgütsel Maneviyat ve Psikolojik Sermayenin Duygusal Emek ve Stresle Başa Çıkma Üzerindeki Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Osmanoğlu, Ö. (2021). *Siyaset Felsefesinde Adalet, İlkçağ ve Ortaçağ'da Adalet Teorileri*. İstanbul: Özgü Yayıncılık.
- Örgev, M. ve Günalan, M. (2011). "İşyeri Maneviyatı Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 51-64. <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/tr/download/article-file/107628>
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A. ve Birjulin, A. "Organizational Politics and Organizational Support as Predictors of Work Attitudes, Job Performance, and Organizational Citizenship Behavior". *Journal of Organizational Behavior*, 20 (2), 159-174. <https://www.jstor.org/stable/3100417>
- Ribeiro, M., Caldeira, S., Nunes, E. ve Vieira, M. (2021). "A Commentary on Spiritual Leadership and Workplace Spirituality in Nursing Management". *J Nurs Manag*, 29, 602-605. <https://doi.org/10.1111/jonm.13196>
- Roberts, J. A., Coulson, K. R. ve Chonko, L. B. (1999). "Salesperson Perceptions of Equity and Justice and Their Impact on Organizational Commitment and Intent to Turnover". *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(1), 1-16. <https://www.jstor.org/stable/40469943>
- Schappe, S. P. (1998). "Understanding Employee Job Satisfaction: The Importance of Procedural and Distributive Justice". *Journal of Business and Psychology*, 12 (4), 493-503. <https://www.jstor.org/stable/25092612>
- Schminke, M., Ambrose, M. L. ve Noel, T. W. (1997). "The Effect of Ethical Frameworks on Perceptions of Organizational Justice". *The Academy of Management Journal*, 40 (5), 1190-1207. <https://www.jstor.org/stable/256932>
- Seçer, İ. (2015), *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi, Analiz ve Raporlaştırma*. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Skirbekk, G., Gilje, N. (2017). *Antik Yunan'dan Modern Döneme Felsefe Tarihi*. (Çev.: Emrah Akbaş ve Şule Mutlu). İstanbul: Kesit Yayınları. (2001).
- Stone, T. H. ve Jawahar I. M., (2017). "Do Career Satisfaction and Support Mediate the Effects of Justice on Organizational Citizenship Behaviour and Counterproductive Work Behaviour". *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 34 (3), 215-228. wileyonlinelibrary.com DOI: 10.1002/CJAS.1350
- Sürücü, L., Şeşen, H. ve Maşlakçı, A. (2021). *SPSS, AMOS ve PROCESS Macro ile İlişkisel, Aracı/Düzenleyici ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (Uygulamalı Analizler)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013), *Using Multivariate Statistics*, Boston: Pearson.
- Topakkaya, A. (2008). "Adalet Kavramı Bağlamında Aristoteles-Platon Karşılaştırması". *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 27-46. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/803676#:~:text=Aristoteles'e%20g%C3%B6re%20adalet%20kavram%C4%B1,onurun%20bireysel%20%C3%A7abaya%20g%C3%B6re%20da%C4%9F%C4%B1t%C4%B1lmas%C4%B1d%C4%B1r.>
- Yasrebdoost, H. ve Aydoğan, E. (2023). *Çalışan Dayanıklılığı; Örgütsel Adalet ve Örgütsel Güvenin Önemi*. Ankara: Akademisyen Yayınevi.
- Yavuz, N. ve Sağlam, M. (2018). "İşkoliklik ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide İş Yaşam Dengesinin Aracılık Rolü", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 922-952. <https://isarder.org/index.php/isarder/article/view/714/700>
- Yirci, R. (2014). *Devlet ve Vakıf Üniversitelerindeki Öğretim Elemanlarının Algılanan Örgütsel Destek, Örgütsel Bağlılık Düzeyleri ile Yükseköğretimde Özelleştirmeye İlişkin Görüşlerinin Karşılaştırılması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Young, L. D. (2012). "How to Promote Innovative Behavior at Work? The Role of Justice and Support Within Organizations". *The Journal of Creative Behavior*, 46 (3), 220-243. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jocb.15>

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ (Etik Kurul gerekmiyorsa bu kısım çıkarılabilir.)

Yapılan bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Bayburt Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 29/03/2024

Etik değerlendirme belge sayısı: 96

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: -

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Grant Support: The author declared that this study has received no financial support.

Acknowledgement: -
