

IJER

**ULUSLARARASI İKTİSADİ VE İDARİ
AKADEMİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**

**IJER INTERNATIONAL JOURNAL OF
ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE
ACADEMIC RESEARCH**

[https:// dergipark.org.tr/tr/pub/ijerdersisi](https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijerdersisi)

DergiPark
AKADEMİK

International Indexed & Refereed

**Vol: 04
Issue: 02
Year: EKİM 2024**

**Editör
Doç. Dr. RAHİM
ARSLAN**

EDİTÖR

Doç. Dr. RAHİM ARSLAN, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İşletme, Sivas, Türkiye.

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Muhammet Mustafa KISAKÜREK, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Türkiye.

Prof. Dr. Mehmet DEMİR, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Türkiye.

BİLİM KURULU

1	ABDULKERİM GÜLER	CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ, ŞARKIŞLA UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU
2	AHMET SEL	T.C. MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI
3	BURAK BÜYÜKOĞLU	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
4	BURHAN ERDOĞAN	CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
5	EBUZER ARSLAN	SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ
6	EDA PAÇ ÇELİK	TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
7	ERKAN SAĞLIK	CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ
8	MUHAMMET KARANFİL	
9	NAİM KARAGÖZ	TIP FAKÜLTESİ
10	NURETTİN KOCA	KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ AFŞİN MESLEK YÜKSEKOKULU
11	OZAN KAYMAK	DİCLE ÜNİVERSİTESİ, ÇERMİK MESLEK YÜKSEKOKULU
12	POLATHAN KÜSBECİ	KAPADOKYA ÜNİVERSİTESİ
13	TUGAY ÜLKÜ	TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
14	ZAFER YILDIZ	SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ, EĞİTİM FAKÜLTESİ
15	ŞULE YÜKSEL YİĞİTER	ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ

İÇİNDEKİLER

Makale No	Yazarlar	Başlık	Sayfa No
1	Burhan Erdoğan , Selahattin Koç	KRİPTO PARALAR VE BORSALAR ARASINDAKİ NEDENSELLİK ANALİZİ: G7 ÜLKELERİNDEN KANITLAR	1-15
2	Seval Elden Ürgüp, Aslıhan Sarıgüzel	Turizm Sektörünün Finansal Performansının Trend Finansal Analiz Yöntemi İle İncelenmesi: 2018-2022	16-29
3	Shiraqa Khatami, Hüdaverdi Bircan	LINEAR ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE REAL INTEREST RATE AND THE INFLATION RATE IN AFGHANISTAN	30-42
4	Serkan Demirel	KONVENSİYONEL VE KATILIM BANKACILIĞI AÇISINDAN BELİRSİZLİK ORTAMININ MEVDUAT, KREDİ VE TAKİPTEKİ ALACAKLARA ETKİSİ: KANTİL REGRESYON ANALİZİ	43-63
5	Gökçen Hatice Yaprak, Zafer Yıldız	TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİNİN GÜNCEL DURUMU VE SON 15 YILDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	64-74
6	Emre Arslan, Derya Fatma Biçer	Kişilik Özellikleri ve Benlik Algılarının Online Alışveriş Niyetleri Üzerine Etkileri	75-94
7	Hande Haykır	SAĞLIKTA İLETİŞİMİN ROLÜ	95-107

2757-959X

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

ijeriletisim@gmail.com

DergiPark
AKADEMIK



Index Copernicus



ASOS



ESJI



Academic Resource Index



DRJI



[scholar.google](https://scholar.google.com)



EuroPub



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersisi.com | Economic and Administrative Academic Research

CAUSATION ANALYSIS BETWEEN CRYPTO CURRENCIES AND STOCK EXCHANGE INDICES: EVIDENCE FROM G7 COUNTRIES

Burhan ERDOĞAN ^{*a}, Selahattin KOÇ ^b

**Corresponding Author*

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 10/05/2024

Accepted : 12/09/2024

Keywords:

Cryptocurrency, Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), G7 Countries, Toda-Yamamoto Causality Test

ABSTRACT

The financial world has experienced a great change and transformation process in the current century. Especially the unlimited mobility of capital has been one of the most important factors triggering this change. As a result of this change and transformation process, investment instruments and investment habits have also changed. It has been observed that traditional investment instruments have been replaced by decentralized investment instruments and investors have shown an intense demand for these instruments, especially cryptocurrencies. The aim of this study is to analyze the causality relationship between Bitcoin and Ethereum cryptocurrencies and stock market indices of G7 countries. In the study, weekly price movements of cryptocurrencies and stock market index data of G7 countries between 13.03.2016 and 17.12.2023 were tested with Toda-Yamamoto causality analysis. According to the results of the analysis, there is a unidirectional causality relationship between the Italian stock market and Bitcoin, between the UK stock market index and Bitcoin, and between the UK stock market index and Ethereum. These results are important in terms of monitoring the interaction between financial assets and enabling investors to make optimal investment decisions in the globalizing world economy.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 1-15

KRİPTO PARALAR VE BORSA ENDEKSLERİ ARASINDAKİ NEDENSELLİK ANALİZİ: G7 ÜLKELERİNDEN KANITLAR

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 10/05/2024

Kabul : 12/09/2024

Anahtar Kelimeler:

Kripto Para, Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), G7 Ülkeleri, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

ÖZ

Finans dünyası içinde bulunduğumuz yüzyılda büyük bir değişim ve dönüşüm süreci yaşamıştır. Özellikle sermayenin sınırsız hareketliliği bu değişimi tetikleyen en önemli unsurlardan olmuştur. Yaşanan bu değişim ve dönüşüm süreci neticesinde yatırım araçları ve yatırım alışkanlıkları da değişim göstermiştir. Geleneksel yatırım araçlarının yerini merkeziyetsiz yatırım araçlarının aldığı ve yatırımcıların başta kripto paralar olmak üzere bu araçlara yoğun bir talep gösterdiği görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, Bitcoin ve Ethereum kripto para birimleri ile G7 ülkelerinin borsa endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisinin analizini yapmaktır. Çalışmada 13.03.2016 ile 17.12.2023 tarihleri arasında kripto paraların haftalık fiyat hareketleri ile G7 ülkelerine ait borsaların endeks verileri Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile test edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, İtalya borsası ile Bitcoin arasında, İngiltere borsa endeksi ile Bitcoin arasında ve İngiltere borsa endeksi ile Ethereum arasında tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar finansal varlıklar arasındaki etkileşimin izlenmesi ve küreselleşen dünya ekonomisinde yatırımcıların optimum yatırım kararını verebilmesi bakımından önemlidir.

1. GİRİŞ

İşletmelerin geçen yüzyılda hızla küreselleşmesi, maliyet avantajı sağlayacak yatırımların yapılması, sermayenin ve malların hareket kabiliyetinin artması ve devletlerin bir ticari yarış içine girmesi gibi faktörler bazı ekonomilerin çok hızlı bir büyüme yaşamasına sebep olmuştur. Değişen ve gelişen teknolojik uygulamalar hem ticareti hem de sosyal yaşantıyı derinden etkilemiştir. Ülkelerin, firmaların ve insanların yaşamını etkileyen bu köklü değişiklikler finans dünyasındaki ihtiyaçlarının değişmesine, yeni kavramların ve enstrümanların yaşama dahil olmasına yol açmıştır (Çetinkaya, 2018: 12).

Tüm bu ihtiyaçlar ve değişimler ekseninde ortaya çıkan kripto para kavramı geçen on yıllık süreçte dünya ekonomisinde adından sıklıkla bahsedilen bir konu olmuştur. Kripto paralar özellikle merkezi olmayan, özgürlükçü, hiçbir kurum ya da hükümet bağlantısı olmayan ve bu yönleri ile keyfi düzenlemelere kapalı varlıklar olarak finansal yaşam içerisine dahil olmuştur (Eyal, 2017:38; Milutinović, 2018:106). Özellikle küresel finansal kriz, finansal sistemin yapısal sorunlarını ve merkezi araçların zayıflıklarını ortaya koyarak, Nakamoto'nun Bitcoin ile ilgili önerisinin ortaya çıkmasına zemin hazırladı. Bitcoin'in doğuşu, merkeziyetsiz bir finansal ekosistem yaratma çabasının bir parçası olarak, krizin ardından artan güvenlik ve şeffaflık taleplerine yanıt vermeyi amaçladı.

Kripto paralar, finans literatürüne yeni dahil olmalarına rağmen hızlı bir gelişme göstererek geniş bir pazar alanına ulaşmıştır. 2024 yılı ocak ayı itibariyle kripto paraların piyasa değerleri yaklaşık olarak 1,5 Trilyon dolara ulaşmıştır (<https://coinmarketcap.com/E.T>, 2024). Birçok yatırımcı ve varlık yöneticisi tarafından yatırımlarda tercih edilen bir araç olmuş ve finansal stratejilerin belirlenmesinde önemli bir değişken haline gelmiştir (Fang vd., 2022:1).

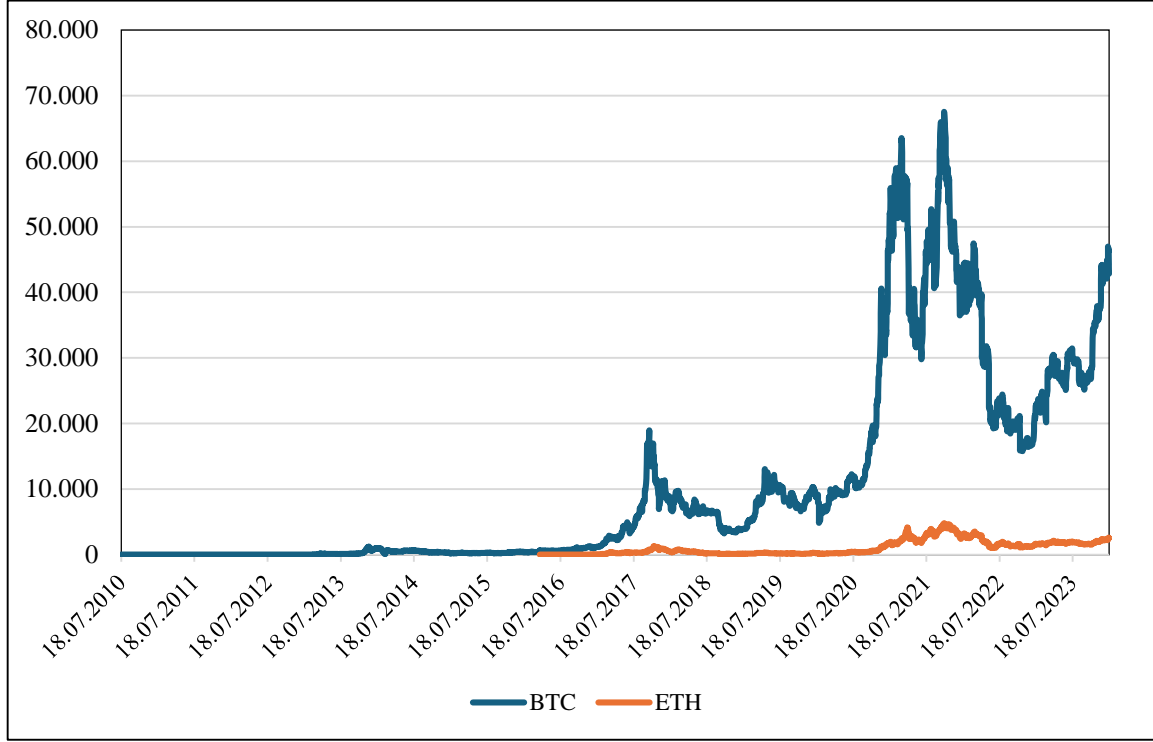
Kripto para piyasasında en yüksek piyasa değerine sahip olanlar ve bu paralara ait 17.01.2024 tarihinde saat 12.25 itibari ile investing platformu üzerinden alınan canlı piyasa verileri Tablo 1'de sunulmuştur. Tablo 1'e göre Bitcoin (BTC) 837 Milyar \$ piyasa değeri ile birinci sırada iken Ethereum (ETH) 305 Milyar \$ piyasa değeri ile ikinci sırada yer almaktadır. İlk on sırada yer alan kripto paralar ise aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 1. Kripto Para Birimlerine Ait Temel Bilgiler

	İsim	Sembol	Fiyat (USD)	Piyasa Değeri	(24S) Hac.	Toplam Hac.	Değ (24S)	Değ (7G)
1	Bitcoin	BTC	42793,7	\$837,02B	\$24,20B	41,46%	-0,49%	-6,10%
2	Ethereum	ETH	2549,15	\$305,84B	\$11,43B	19,58%	0,21%	7,42%
3	Tether USDt	USDT	0,9996	\$95,08B	\$42,52B	72,82%	0,03%	-0,09%
4	BNB	BNB	310,31	\$46,95B	\$1,06B	1,81%	-2,17%	3,71%
5	Solana	SOL	98,438	\$42,27B	\$2,00B	3,43%	0,77%	0,76%
6	XRP	XRP	0,57121	\$31,05B	\$882,55M	1,51%	-0,77%	2,03%
7	USDC	USDC	1,0006	\$25,45B	\$5,41B	9,26%	-0,05%	-0,01%
8	Lido Staked ETH	stETH	2552,29	\$23,68B	\$22,64M	0,04%	1,64%	7,36%
9	Cardano	ADA	0,5313	\$18,72B	\$337,78M	0,58%	-0,72%	5,58%
10	Avalanche	AVAX	35,74	\$13,02B	\$511,38M	0,88%	-1,11%	4,91%

Kaynak: <https://tr.investing.com>, 2024

Grafik 1’de BTC ve ETH kripto para birimlerinin yıllar itibariyle gösterdiği fiyat hareketleri sunulmuştur. Grafikten görüldüğü üzere BTC 2009 yılında piyasaya sürülmesinden sonra 2016 yılına kadar durağan bir seyir göstermiş ve 2021 yılında 68 bin \$ seviyelerine ulaşmıştır. 2014 yılında piyasaya sürülen ve en yüksek piyasa değerine sahip diğer bir para birimi olan ETH 2021 yılında en yüksek 4 bin \$ seviyelerine ulaşmıştır. Grafik 1’den de görüldüğü üzere BTC’nin ETH’ye göre daha oynak bir para olduğu görülmektedir.



Grafik 1. BTC ve ETH Fiyat Grafiği

Kaynak: <https://tr.investing.com>, 2024

Bu çalışmada kripto paralardan olan Bitcoin ve Ethereum ile G7 ülke (ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada, Japonya) pay senedi piyasaları arasındaki ilişkinin analizi amaçlanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçların öncelikle yatırımcıların yatırım kararlarına fayda sağlaması ve politika üreten kesimin alacağı kararlarda fikir sunması beklenmektedir. Çalışma kapsamında 13.03.2016 ile 17.12.2023 dönemi arasındaki haftalık veriler investing platformundan elde edilerek Toda–Yamamoto nedensellik analizi ile değerlendirilmiş ve sonuçlar raporlanmıştır.

Çalışma özellikle günümüz ekonomilerinin ve yatırımcılarının sıklıkla kullandığı kripto paralar ile borsa endeksleri arasındaki ilişkinin görülmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca çalışmada analizi gerçekleştirilen farklı değişkenlerin yanı sıra çalışma döneminin pandemi gibi bir dönemi içermesinden dolayı literatüre yeni bir bakış açısı sunması beklenmektedir.

Çalışma değişkenlere dair temel bilgilerin sunulduğu giriş, benzer çalışmaların raporlandığı literatür, çalışmada kullanılan analiz ve verilere dair bilgilerin aktarıldığı metodoloji, analizlerin gerçekleştirildiği bulgular ve değerlendirmelerin sunulduğu sonuç bölümü olmak üzere beş kısımdan oluşmaktadır.

2. LİTERATÜR

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde son yıllarda kripto paraların sıklıkla tercih edilen bir konu olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra özellikle kripto paraların altın, döviz, tahvil, borsa ve ham petrol gibi enstrümanlarla karşılaştırıldığı görülmektedir. Tablo 2’de ilgili alanda yapılan benzer çalışmalar ifade edilmiştir.

Tablo 2. İlgili Alanda Yapılan Benzer Çalışmalara Dair Literatür

Yazar	Veri Aralığı	Yöntem	Değişkenler	Sonuç
Abinaya vd., (2016)	2014-2015	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Hisse senedi fiyatları-hacmi işlem	Çalışma sonuçlarına göre analize dahil edilen 50 şirketten 29’unun fiyat ve hacim arasında çift yönlü nedensellik gösterdiği ifade edilmiştir.
Coşkun (2017)	2006-2016	ARDL, Markov Switching Regression, Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Sermaye piyasası ve ekonomik büyüme	Çalışma sonuçlarına göre sermaye piyasalarının gelişiminin ekonomik büyüme üzerinde tek taraflı bir etkisi bulunmaktadır.
Doğan (2017)	1970-2011	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Ekonomik küreselleşme ve büyüme	Çalışma sonucunda ekonomik küreselleşme ile büyüme arasında nedensellik olduğu tespit edilmiştir.
Gazel (2017)	2004-2016	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	BİST-metaller	Çalışma sonucunda alüminyum ve bakır metallere BİST endeksine nedensellik tespit edilmiştir.
Siame-Namini (2017)	1994-2010	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Döviz kurları-hisse fiyatları	Çalışma sonuçları değişkenler arasında nedensellik olmadığını ifade etmektedir.

Dutta (2018)	2011-2016	ARDL – VAR- GARCH- Yamamoto	VAR- Toda- Toda- Yamamoto	ABD, Çin ve Brezilya borsa endeksleri	Çalışma sonuçları endeksler arasında anlamlı ilişki olduğunu ifade etmektedir.
Tekin ve Yener (2019)	1998-2017	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Ekonomik büyüme- endeksleri borsa	Çalışma sonucunda Türkiye, ABD ve BRICS ülke borsa endekslerinden ekonomik büyümeye doğru tek taraflı nedensellik olduğu ifade edilmiştir.
Yaşar Akçalı ve Şişmanoğlu (2019)	2015-2018	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Kripto paralar	Çalışma sonucuna göre kripto para birimleri arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
Aksoy vd., (2020)	2018-2019	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Kripto paralar	Analiz sonuçları Ethereum'un diğer kripto paralarla nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.
Songur (2021)	2002-2019	Fourier analizi	Fourier analizi	Petrol ve hisse senetleri	Çalışma sonucunda petrol fiyatlarının hisse senedi fiyatları üzerinde etkisinin olmadığı ifade edilmektedir.
Horta (2022)	vd., 2018-2021	Granger nedensellik analizi	Granger nedensellik analizi	Borsa endeksleri ve kripto paralar	Çalışma sonuçları kripto10 endeksinin Almanya, Kanada, Birleşik Krallık, Fransa ve İtalya borsa endeksleri üzerinde volatilite

					etkisinin pandemi dönemi ile birlikte arttığını ortaya koymaktadır.
Kaymak ve Koç (2022)	2017-2021	Toda-Yamamoto nedensellik analizi	BİST-BTC		Çalışma sonuçları değişkenler arasında nedensellik ilişkisi bulunmadığını göstermektedir.
Kofoğlu (2022)	1970-2018	Engle-Granger eşbütünleşme, Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Küreselleşme endeksleri ve GDP		Yapılan analizlerde değişkenler arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
Turki (2022)	vd., 2016-2021	VAR	G7 ülke endeksleri, borsa petrol ve Bitcoin		Çalışma sonuçlarına göre G7 borsa endekslerinin Bitcoin üzerinde anlamlı etkisinin bulunmadığı ifade edilmektedir.
Sajeev ve Afjal (2022)	2017-2021	BEKK GARCH - DCC GARCH ve Toda Yamamoto Nedensellik analizi	BTC ile pay piyasaları		BTC ile borsa endeksleri arasında korelasyonun düşük olduğu ifade edilmektedir.
Sreenu (2022)	2012-2012	Quantile regression model (QRM)	Petrol fiyatları ile hisse senedi getirisi		Petrol fiyatında meydana gelen değişimlerin hisse senedi fiyatlarını etkilediği ifade edilmektedir.
Akkaya ve Tuna (2023)	2016-2022	Johansen eşbütünleşme testi	G7 ülke endeksleri ve Bitcoin		Çalışma sonuçları Bitcoin ile borsa endeksleri arasında uzun dönemli ilişki bulunduğunu

ortaya
koymaktadır.

Aydoğan vd., 2013-2021 (2024)	VAR-GARCH	G7 ve E7 ülke borsa endeksleri ile kripto paralar	Sonuçlar kripto paralar ve G7 ülkeleri ile kripto paralar arasında iki yönlü volatilité yayılımı olduğunu ifade etmektedir.
Tunçel vd., 2018-2023 (2024)	ARDL sınır testi ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi	Kripto para endeksleri ile borsa endeksleri	Toda-Yamamoto analiz sonuçları İtalya ve Kanada borsaları ile kripto para endeksleri arasında çift yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymuştur.

Mevcut literatürde, kripto paraların ve geleneksel finans piyasalarının etkileşimi üzerine çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, bu çalışma pandemi dönemini kapsamı ve kripto varlık fiyatlarındaki son dönemde yaşanan yüksek artışları dikkate alması açısından farklılık göstermektedir. Pandemi sürecinde finansal piyasalardaki dalgalanmalar ve belirsizlikler, kripto varlıkların güvenli liman olarak görülmesine yol açmış (Dyhrberg, 2016; Bouri vd., 2017; Shahzad vd., 2019) ve bu varlıklara olan talebi artırmıştır. Bu bağlamda bu çalışma pandemi döneminde kripto paralar ve G7 borsa endeksleri arasındaki ilişkinin daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, kripto varlıkların geleneksel finans piyasalarına kıyasla nasıl tepki verdiği ve bu piyasalarla olan korelasyonu üzerine yeni bulgular sunarak literatüre önemli bir katkı yapmayı hedeflemektedir.

3. METODOLOJİ

3.1. Veri Seti

Bu çalışma kripto paralardan olan BTC ve ETH ile G7 ülke borsa endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisini analiz etmektedir. Bu amaçla 13.03.2016 ile 17.12.2023 tarihleri arasında investing platformu üzerinden elde edilen haftalık veriler EViews 12 programı kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Çalışma değişkenlerine ait temel bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Değişkenlere Ait Bilgiler

Kısaltma	Değişken Adı	Kaynak	Tarih Aralığı	Veri Türü	Açıklama
BTC	Bitcoin	investing.com	13.03.2016 - 17.12.2023	Haftalık kapanış	13.03.2016 - 17.12.2023 tarihleri arasında ilgili endeksin haftalık
ETH	Ethereum				
G7	ABD, Almanya,				

	Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada ve Japonya				kapanış değerlerinin logaritmalı değerleri
--	--	--	--	--	---

3.2. Metodoloji

Çalışmada analizleri gerçekleştirmek için Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır. Yöntemin uygulaması aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Akkuş, 2021:289-290);

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

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

Denklem (1) ve Denklem (2)'de ifade edilen k; VAR modelinden elde edilen uygun gecikme uzunluğunu, d_{max} ise; maksimum bütünleşme derecesini ifade etmektedir. Toda-Yamamoto analizi aşağıdaki süreçleri içermektedir.

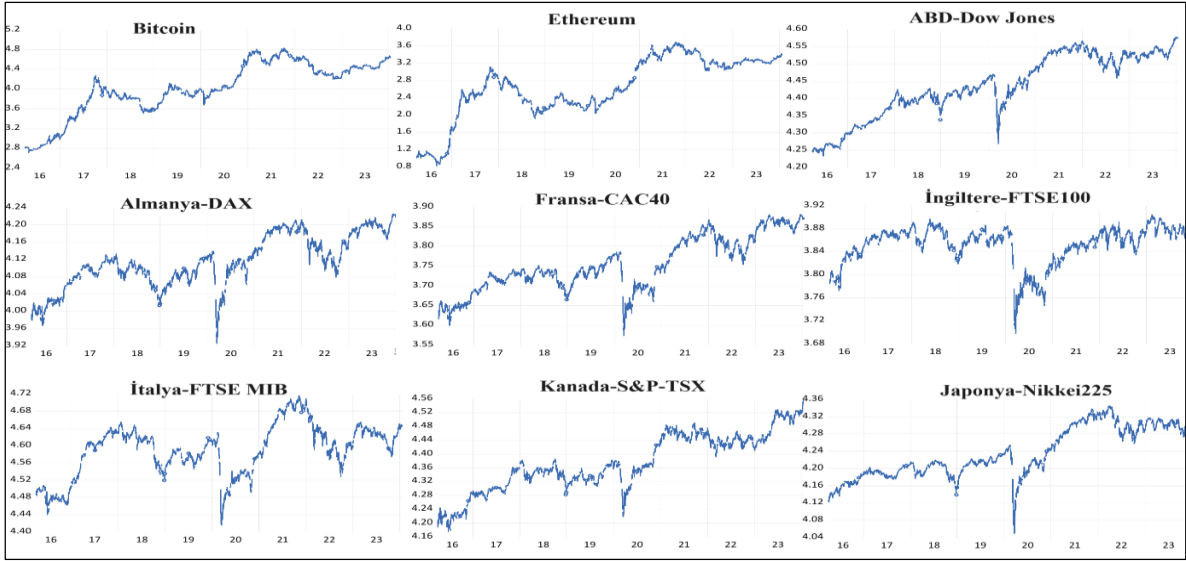
- Tüm seriler için bütünleşme dereceleri bulunur eğer dereceler farklı ise maksimum bütünleşme değeri alınır (d_{max}).
- Serinin düzey seviyesinde VAR modeli oluşturulur.
- Bilgi kriterleri (LR, FPE, AIC, SC, HQ) kullanılarak gecikme uzunluğu (k) belirlenir.
- Gecikmesi artırılmış modelin ($k + d_{max}$) doğruluğu test edilir.
- Eşbütünleşme sonucu ne olursa olsun nedensellik testine devam edilir.
- Uygun gecikmeler kullanılarak VAR modeli elde edilir.
- VAR modelinde eşbütünleşme kontrolü yapılır.
- İki veya daha fazla seri eş bütünleşik ise nedensel ilişki olduğu şeklinde ifade edilir.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde Toda-Yamamoto nedensellik testinden elde edilen sonuçlar tablo ve grafikler halinde sunulmuştur. Öncelikle çalışmanın değişkenlerinin düzey ve birinci farkları alınmış halleri Grafik 2 ve Grafik 3'te bir bütün olarak verilmiştir.

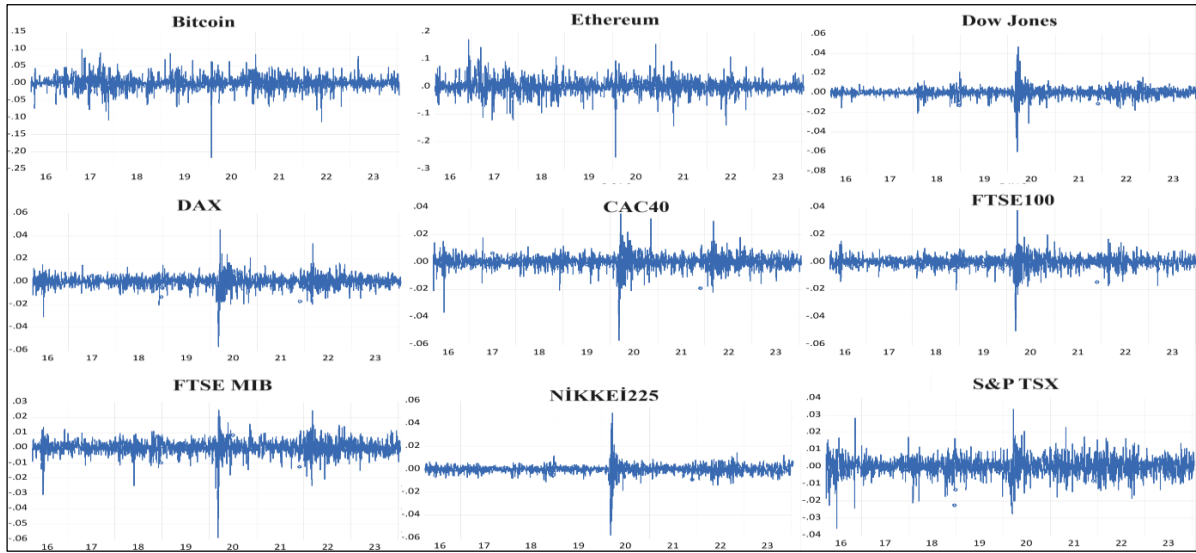
Grafik 2'de çalışmada kullanılan kripto paraların (BTC ve ETH) ve G7 ülke (ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, Kanada ve Japonya) borsa endekslerinin 13.03.2016 - 17.12.2023 arasındaki hareketleri gösterilmiştir. Grafik 2 incelendiğinde pandemi ile birlikte tüm borsalarda kayıp olduğu ve sonrasında hızlı bir iyileşme süreci olduğu görülmektedir.

Kripto paralar ve borsa endeksleri arasındaki nedenselliği ele alan bu çalışmada bazı kısıtlar mevcuttur. Özellikle kripto paraların finansal yaşam içerisine yeni dahil olması yeterli verinin bulunabilmesine engel olmaktadır. Bunun yanı sıra dünyada son dönemde yaşanan pandemi problemleri ve sonrasında yaşanan finansal dalgalanmalar çalışma sonuçlarının genellenebilmesine imkan tanımamaktadır.



Grafik 2. Çalışmada Kullanılan Değişkenlerin Düzey Grafikleri

Grafik 3'te sunulan bilgiler değişkenlerin durağan hale getirildikten sonraki sonuçları içermektedir. S&P TSX dışındaki grafiklerin birbirlerine yakın dalgalanmalar gösterdiği görülmektedir.



Grafik 3. Değişkenlerin Durağanlık Grafiği

4.1. Birim Kök Test Sonuçları

Zaman serisi analizleri gerçekleştirilirken kullanılan değişkenlere ait serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi için birim kök testlerinin yapılması gerekmektedir. Bu aşamada Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri sabit, sabit ve trendli olarak hesaplanmıştır. Tablo 4'te bu hesaplamalara dair bilgiler sunulmuştur.

Tablonun ilk kısmında yer alan bilgiler incelendiğinde labd, lalmanya, lfransa, litalya ve ljaponya değişkenlerinin durağan olmadığı görülmekte tablonun ikinci kısmında ise bu değişkenlerin birinci farkı I(1) alınarak durağan hale geldikleri görülmektedir.

Tablo 4. Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler (Düzy)	ADF		PP		1. Fark	ADF		PP	
	Sabit	Sabit+trend	Sabit	Sabit+trend		Sabit	Sabit+trend	Sabit	Sabit+trend
lbtc	-1.95339 0.3079	-1.84102 0.6844	-1.94036 0.3138	-1.91376 0.0000					
leth	-2.06968 0.2572	-1.89795 0.6552	-2.05994 0.2613	-1.85844 0.0000					
labd	-1.50509 0.5311	-3.29932 0.0666	-1.53136 0.5176	-3.33974 0.0602	Δ labd	-13.5749 0.0000	-13.5756 0.0000	-51.8219 0.0001	-51.8155 0.0000
lalmanya	-2.13709 0.2302	-3.43228 0.0574	-2.15494 0.2233	-3.39996 0.0516	Δ lalmanya	-14.3893 0.0000	-14.3855 0.0000	-44.9964 0.0001	-44.9862 0.0000
lfransa	-1.60145 0.4816	-3.34230 0.0598	-1.72765 0.4171	-3.28781 0.0685	Δ lfransa	-15.8073 0.0000	-15.8031 0.0000	-44.1741 0.0001	-44.1634 0.0000
lingiltere	-3.11219 0.0258	-3.10615 0.1050	-3.17490 0.0517	-3.18372 0.0880					
litalya	-2.50250 0.1150	-2.75417 0.2148	-2.38311 0.1467	-2.60262 0.2792	Δ litalya	-14.6900 0.0000	-14.6879 0.0000	-45.4530 0.0000	-43.4437 0.0000
ljaponya	-1.41676 0.5755	-3.42518 0.0583	-1.22934 0.6638	-3.30910 0.0650	Δ ljaponya	-30.5261 0.0000	-30.5183 0.0000	-47.0335 0.0001	-47.0215 0.0000
lkanada	-1.88764 0.3384	-3.792802 0.0170	-1.91862 0.3239	-3.58515 0.0313					

4.2. VAR Model Sonuçları

Nedensellik analizlerinde, serilerin durağanlık seviyelerine göre bir yöntemin seçilmesi gerekmektedir. Çalışmada tüm değişkenlere ait durağanlık seviyesinin I(1) olması Toda-Yamamoto testi ile anlamlı sonuçlar elde edilmesine imkan tanımaktadır.

Toda-Yamamoto nedensellik analizleri yapılmadan önce serilere ait VAR modelinin oluşturulması gerekmektedir. Oluşturulacak bu VAR modeli çerçevesinde uygun gecikme uzunluğu tespit edilerek, model bu gecikme uzunluğuna göre tahmin edilmelidir (Kaymak ve Koç, 2022:496).

Tablo 5'te yer alan bilgi kriterlerine göre farklı gecikme uzunlukları belirlenmiştir. İstikrar koşulunu sağlayan gecikme uzunluğunun belirlenebilmesi için tüm seçeneklerin ayrı ayrı test edilmesi gerekmektedir (Akkuş vd, 2021:294). Bu çalışmada bilgi kriterlerinin önerdiği tüm gecikmelere göre model analiz edilmiş ve Schwarz bilgi kriterinin önerdiği 1 gecikmeli metot kullanılmıştır.

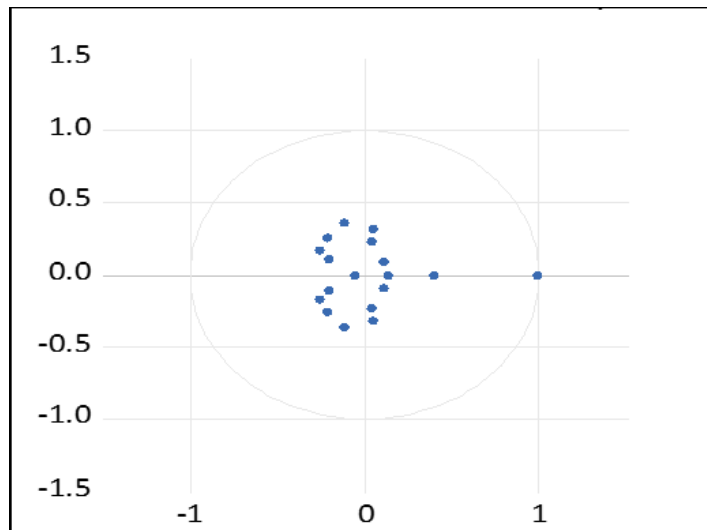
Tablo 5. VAR Modelinde Optimum Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme	Logl	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	64135.23	NA	2.70e-40	-65.56874	-65.54307	-65.55931
1	69861.39	11393.77	8.41e-43	-71.34089	-71.08420*	-71.24653*
2	70003.53	281.5160	7.90e-43	-71.40340	-70.91570	-71.22412
3	70073.26	137.4633	7.99e-43	-71.39188	-70.67316	-71.12768
4	70164.19	178.4211	7.91e-43	-71.40203	-70.45229	-71.05291
5	70219.89	108.7871	8.12e-43	-71.37617	-70.19541	-70.94213
6	70306.19	167.7441	8.08e-43	-71.38158	-69.96981	-70.86263
7	70383.63	149.8212	8.11e-43	-71.37795	-69.73515	-70.77407
8	70447.15	122.2845*	8.25e-43	-71.36007	-69.48626	-70.67127

* Kriter tarafından seçilen gecikme sırasımı gösterir.
 LR: sıralı değiştirilmiş LR test istatistiği (her test %5 seviyesinde)
 FPE: Nihai tahmin hatası
 AIC: Akaike bilgi kriteri
 SC: Schwarz bilgi kriteri
 HQ: Hannan-Quinn bilgi kriteri

Bu aşamada tahmini yapılan modelin EKK varsayımlarını taşıyıp taşımadığı kontrol edilmelidir. Gecikme kriterlerinin tümü dikkate alınarak en uygun sonuç elde edilene kadar sınamaların yapılması gerekmektedir. VAR modelinde ayrıca istikrar koşulunun da sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla AR karakteristik polinomlarının ters köklerinin analizi yapılmalıdır. Bu analiz zaman serisi analizinde modelin durağanlık özelliğini değerlendirmek için kullanılır. Durağanlık, bir zaman serisinin istatistiksel özelliklerinin zaman içinde sabit kalması durumudur ve birçok zaman serisi modeli için önemli bir ön koşuldur. Bu sınamanın yapılması için Grafik 4'te yer alan AR karakteristik polinomlarının ters köklerinin çember içinde yer alması gerekmektedir.

Grafik 4 incelendiğinde tüm noktaların çember içinde yer aldığı yani belirlenen modelin istikrarlı olduğu anlaşılmaktadır.

**Grafik 4.** AR Karakteristik Polinomlarının Ters Kökleri

4.3. Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi Sonuçları

Çalışmanın son aşamasında değişkenler arasındaki nedenselliğin tespit edilmesi için Toda-Yamamoto nedensellik analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bulunan sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5'te yer alan sonuçlar incelendiğinde; İtalya borsa endeksi ile BTC arasında, İngiltere borsa endeksi ile BTC arasında, BTC ile ETH arasında ve İngiltere borsa endeksi ile ETH arasında tek yönlü nedensellik olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	X ² Test İstatistiği	Olasılık Değeri
İtalya=>BTC	7.418102	0.0245
İngiltere=>BTC	6.128122	0.0467
BTC=>ETH	8.654563	0.0132
İngiltere =>ETH	7.141242	0.0281

5. SONUÇ

Kripto paraların son zamanlarda finans literatüründe sıklıkla yer alması yatırımcıların, firmaların ve devletlerin bu alana daha fazla yoğunlaşması sonucunu getirmiştir. Kripto paralar ve borsa endeksleri arasındaki ampirik literatür eksikliğinin giderilmesi amacıyla oluşturulan bu çalışma kripto paralar ve G7 ülke borsa endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisinin analizine odaklanmaktadır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre İngiltere borsa endeksi ve İtalya borsa endeksi ile Bitcoin kripto para birimi arasında tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir. İngiltere borsa endeksi ile de Ethereum arasında tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar İtalya borsa endeksinin kripto paraları etkilediğini ifade eden Horta vd., (2022) çalışma sonuçları ve G7 ülkeleri ve kripto paralar arasında etkileşim olduğunu ifade eden Aydoğan vd., (2024) çalışma sonuçları ile benzerlikler göstermektedir. Kripto para piyasalarının herhangi bir otorite ve mekandan bağımsız bir yapıda olması diğer birçok finansal enstrümana göre daha hareketli bir yapıda olmalarına olanak tanımaktadır.

Gerekli analizler sonucu elde edilen bu bulgular kripto paralar ile borsa endeksleri arasındaki ilişkinin her geçen yıl artarak devam ettiği görülmektedir. Özellikle son dönemde ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu'ndan (SEC) tarafından alınan kararlarla birlikte Bitcoin'in finansal piyasalarda daha fazla işlem göreceğine dair işaretler artmıştır.

Tüm bu değerlendirmeler sonucu yatırımcıların kripto para fiyatlarını takip ederek buna göre yatırım yapmaları tavsiye edilmektedir. Diğer taraftan yatırımcıların kripto paralar hakkında bilgi sahibi yapılarak geleceğin finans dünyasının en iyi şekilde kurgulanmasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Yerli piyasalarda kripto paralar için uygulanabilir ve ülke ekonomisine katkı sağlayacak politikaların üretilmesi hem firmalar hem yatırımcılar hem de devlet için önem arz ettiğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan Japonya borsa endeksi ile BTC arasında nedensellik bulunduğunu ortaya koyan Ünvan (2019) çalışma sonuçları ile de farklılıklar gösterdiği ilgili tablodan görülmektedir. Bundan sonraki çalışmalara örnek olacak bu çalışma, ülke sayısı ve kripto sayısı artırılarak; kullanılacak analiz yöntemleri farklılaştırılarak genişletilebilecektir.

KAYNAKLAR

- Abinaya, P., Kumar, V. S., Balasubramanian, P. & Menon, V. K. (2016). Measuring Stock Price and Trading Volume Causality Among Nifty50 Stocks: The Toda Yamamoto Method. *International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics*, 1886-1890.
- Akkuş, H. T., Çelik, İ., Bozkuş Kahyaoğlu, S., Kaya, M., Yılmaz, T., Gülcan, N. & Özdemir Höl, A. (2021). *Finansal Zaman Serisi Analizleri (Temel Yaklaşımlar)*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Aksoy, E. Teker, T., Mazak, M. & Kocabıyık, T. (2020). Kripto Paralar ve Fiyat İlişkileri Üzerine Bir Analiz: Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi İle Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 37, ss. 110-129.
- Aydoğan, B. Vardar, G. & Taçoğlu, C. (2024). Volatility Spillovers Among G7, E7 Stock Markets and Cryptocurrencies. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Bouri, E., Molnár, P., Azzi, G., Roubaud, D., & Hagfors, L. I. (2017). On the Hedge and Safe Haven Properties of Bitcoin: Is it Really More Than a Diversifier?. *Finance Research Letters*, 20, 192-198.
- Coşkun, Y., Seven, Ü., Ertuğrul, M. & Ulussever, T. (2017). Capital Market and Economic Growth Nexus: Evidence From Turkey. *Central Bank Review*, 17(1), pp. 19-29.
- Çetinkaya, Ş. (2018). Kripto Paraların Gelişimi ve Para Piyasalarındaki Yerinin Swot Analizi İle İncelenmesi. *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*, 2(5), ss. 11-21.
- Doğan, B. (2017). Ekonomik Küreselleşme ve Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (628), ss. 19-27.
- Dutta, A. (2018). Implied Volatility Linkages Between the US and Emerging Equity Markets: A Note. *Global Finance Journal*, 35, pp. 138-146.
- Dyhrberg, A. H. (2016). Hedging Capabilities of Bitcoin. Is it the Virtual Gold?. *Finance Research Letters*, 16, 139-144.
- Eyal, I. (2017). Blockchain Technology: Transforming Libertarian Cryptocurrency Dreams to Finance and Banking Realities. *Computer*, 50(9), pp. 38-49.
- Fang, F., Ventre, C., Basios, M., Kanthan, L., Martinez-Rego, D., Wu, F., & Li, L. (2022). Cryptocurrency Trading: a Comprehensive Survey. *Financial Innovation*, 8(1), pp. 1-59.
- Gazel, S. (2017). Bist Sınai Endeksi ile Çeşitli Metaller Arasındaki İlişki: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5, 52, ss. 287-299.

- Horta, N., Dias, R., Revez, C., Heliodoro, P. & Alexandre, P. (2022). Spillover and Quantitative Link Between Cryptocurrency Shocks and Stock Returns: New Evidence From G7 Countries. *Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 5(1), pp. 1-14.
- Kaymak, O. & Koç, S. (2022). Borsa İstanbul İşlem Hacimleri ile Bitcoin İşlem Hacimleri Arasındaki İlişkinin Toda Yamamoto Yaklaşımı ile İncelenmesi 2017:01 – 2021:12. *Gazi İktisat Ve İşletme Dergisi*, 8, 3, ss. 488-500.
- Kofoğlu, İ. H. (2022). Ekonomik Küreselleşmenin Ekonomik Büyümeye Etkisi Türkiye Örneği. *Trends in Business and Economics*, 36(3), ss. 277-288.
- Milutinović, M. (2018). Cryptocurrency. *Ekonomika - Journal for Economic Theory and Practice and Social Issues*, 1, pp. 105-122.
- Sajeev, K. C. & Afjal, M. (2022). Contagion Effect of Cryptocurrency on the Securities Market: A Study of Bitcoin Volatility Using Diagonal BEKK and DCC GARCH Models. *SN Bus Econ* 2, pp. 57.
- Shahzad, S. J. H., Bouri, E., Roubaud, D., Kristoufek, L., & Lucey, B. (2019). Is Bitcoin a Better Safe-Haven Investment than Gold and Commodities?. *International Review of Financial Analysis*, 63, 322-330.
- Siami-Namini, S. (2017). Granger Causality Between Exchange Rate and Stock Price: A Toda Yamamoto Approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(4), pp. 603-607.
- Songur, M. (2021). A Review on the Relationship Between Oil Prices and Stock Prices in Turkey: New Evidences From Fourier Approach. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 6(1), pp. 101-111.
- Sreenu, N. (2022). Impact of Crude Oil Price Uncertainty on Indian Stock Market Returns: Evidence From Oil Price Volatility Index. *Energy Strategy Reviews*, 44, pp. 101002.
- Tekin, B. & Yener, E. (2019). The Causality Between Economic Growth and Stock Market in Developing and Developed Countries: Toda-Yamamoto approach. *Theoretical & Applied Economics*, 2(2), pp. 79-90.
- Toda, H. & Yamamoto, T. (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions With Possibly Integrated Processes. *Journal of Econometrics*, 66(1-2), pp. 225-250.
- Tunçel, M, B., Yaman, S. & Zeren, F. (2024). Kripto Korku ve Açgözlülük Endeksi ile Finansal Piyasalar İlişkinin Fourier Tabanlı Yaklaşımlarla İncelenmesi: G7 Ülkelerinden Kanıtlar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 37-52. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1370746>
- Turki, A., Obeid, H., Loukil, S., & Jeribi, A. (2022). Connectedness Between Conventional and Digital Assets Amid COVID-19 Pandemic: Evidence from G7 Stocks, Oil and Bitcoin. *Bankers, Markets & Investors*, (3), 20-42.

Ünvan, Y. A. (2021). Impacts of Bitcoin on USA, Japan, China and Turkey Stock Market Indexes: Causality Analysis With Value at Risk Method (VAR). *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 50(7), pp. 1599-1614.

Yaşar Akçalı, B. & Şişmanoğlu, E. (2019). Kripto Para Birimleri Arasındaki İlişkinin Toda–Yamamoto Nedensellik Testi İle Analizi. *Ekev Akademi Dergisi*, (78), ss. 99-122.

<https://coinmarketcap.com/E.T> (23.01.2024)

<https://tr.investing.com/> (17.01.2024)



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersi.com | Economic and Administrative Academic Research

Examining the Financial Performance of the Tourism Sector with the Trend Financial Analysis System: 2018-2022

Seval ELDEN ÜRGÜP ^{*a}, Aslıhan SARIGÜZEL^b

**Corresponding Author*

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 12/06/2024
Accepted : 30/09/2024

Keywords:

Trend Analysis,
Tourism Sector,
Pandemic.

ABSTRACT

Today, tourism is a sector that contributes to the national economy with its employment and foreign exchange income increasing qualities, and has a great share in maintaining world peace with its international social and cultural communication and integrative effect. In this study, it is aimed to examine the financial performances of the three tourism companies with the highest market value, operating in the tourism sector and traded on BIST, using the Trend analysis technique, using their financial statements for the years 2018-2022. According to the results obtained in the study, it was determined that the effects of the Covid 19 pandemic period, which was intensely experienced in 2020-2021, were clearly seen when examined in the periods based on the analysis.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 16-29

Turizm Sektörünün Finansal Performansının Trend Finansal Analiz Yöntemi İle İncelenmesi: 2018-2022*

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 12/06/2024
Kabul : 30/09/2024

Anahtar Kelimeler:

Trend Analizi,
Turizm Sektörü,
Pandemi.

ÖZ

Turizm, günümüzde istihdam sağlayıcı ve döviz girdisini artırıcı nitelikleri ile ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası toplumsal ve kültürel iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici tesiri ile dünya barışının himaye edilmesinde büyük payı olan bir sektördür. Bu çalışmada turizm sektöründe faaliyet gösteren BİST’ de işlem gören piyasa değeri en yüksek olan üç turizm işletmesinin finansal performanslarının 2018-2022 yıllarına ait finansal tabloları kullanılarak Trend analiz tekniği ile incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, analize esas dönemler incelendiğinde 2020-2021 yıllarında yoğun olarak yaşanan Covid 19 pandemi döneminin etkileri açıkça görüldüğü tespit edilmiştir.

* Bu çalışma
“Uluslararası
Ekonomi Finans ve
İşletme Kongresinde-
EFI 2024” özet metin
şeklinde sunulmuştur.

^a sevalelden@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-7464-3485>

^b aslihanсаригuzel@cumhuriyet.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-9312-4277>

1. GİRİŞ

Türkiye kültürü, doğal güzellikleri ve tarihi bakımından birçok ülkeye göre epey zengin kaynaklara sahip bulunmaktadır. Pek çok tarihi uygarlığın bu ülke topraklarında hüküm sürdüğü görülmektedir. Ülkemizin üç tarafının denizlerle çevrili olması, plajları, yıl boyu dört mevsimin yaşanıyor olması, benzersiz doğal güzellikleri ve bol güneşli günleri ile iyi bir turizm potansiyeli mevcuttur. Aynı zamanda, ülke halkının misafirperverliği, mutfak kültürü uluslararası turizm etkinliklerine katılanların dikkatini çekmektedir (Zengin, 2010: 103). Turizmin bir ülke için bu denli kıymetli olması ülke ekonomisi açısından da önem arz etmektedir. Turizmin ülke ekonomisi açısından en temel önemi ise ülkeye giriş yapan turistlerin o ülkede yapmış oldukları harcamalar olarak ifade edilebilmektedir.

Turizm sektörü, kar amacı güderek turistik hizmet ve mal üreten, pazarlayan, bir katma değer yaratan işletmeler şeklinde tanımlanabilmektedir. Turizm sektörü yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri, rekreasyon işletmeleri ve seyahat işletmelerinden oluşmaktadır. Turizm sektörü yapısal anlamda diğer birçok sektör ile yakından etkileşim durumdadır. Turizm sektörü bir hizmet sektörüdür ve diğer hizmet ağlarını da içine alan yapıda olmasından dolayı ekonomilerde istihdam yaratmak, üretimi artırmak gibi pek çok özelliğe sahiptir. Aynı zamanda yatırımların artmasını tetikleyen bir faktördür. Turizm istihdam, tüketim, üretim, bölgesel yatırımlar, döviz gelirleri, gelir yaratma gibi makroekonomik hadiselerin gerçekleşmesinde önemli bir köprü görevi görmektedir. Ülke ekonomisine hizmet sektörü olarak gelen turizm, imalat sektörünün peşinden önemli bir döviz akışı sağlamaktadır (Arabacı, 2018: 105-107).

Türkiye’de turizm sektörü bilhassa 1980’lerden başlayarak mühim bir gelişme göstermiş ve ülke ekonomisine önemli ölçüde katkı oluşturan gelir kaynaklarından biri haline gelmiştir. Turizm 20. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak, küreselleşmenin de tesiri ile dünya ekonomisinde en çabuk gelişen ve değişen sektörlerden biri olmuştur. Küreselleşme ile birlikte gelen, ulaşım araçlarındaki hız, kapasite, fiyat ve konfor unsurlarındaki gelişmeler, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, yatırımlar, sermaye akışkanlığı, hisse devirleri, küresel seyahatin demokratikleşmesi, banka ve finans sektörlerinin turizm işletmeciliğiyle ilişkilerinin kuvvetlenmesi, uluslararası turizmin gelişmesine ciddi ehemmiyet kazandırmıştır. Ayrıca turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayan diğer faktörler arasında dünya çapında ortak dillerin kullanılması, ülkeler arasındaki coğrafi sınırların kalkması, kültür alışverişinde bulunmaları, ayrı kültürlere sahip ulusların birbirlerini tanıması, birbirleri ile kaynaşması sayılabilmektedir. Turizm işletmeciliği gerek gelişmiş gerek gelişmekte olan ülkeler bakımından ciddi önem arz etmektedir. Turizmi, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler ekonomik büyüme için itici bir güç olarak nitelendirirken, gelişmiş ülkeler ekonomik istikrarlarını himaye edebilmek maksadıyla dengeleyici bir unsur olarak nitelendirmektedir (Akın, Şimşek, Akın, 2012: 64-65).

Turizm, birçok kez diğer pek çok endüstri gibi ulusal veya bölgesel kalkınma için bir vasıta olarak kullanılmıştır. Turizm sektörü, yaygın bir şekilde ödemeler dengesi sorunlarının yükünü azaltmak, bölgesel ve ulusal ekonomik büyümelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir etken olarak görülmektedir. Turizm, günümüzde istihdam sağlayıcı ve döviz girdisini artırıcı nitelikleri ile ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası toplumsal ve kültürel iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici tesiri ile dünya barışının himaye edilmesinde büyük payı olan bir sektördür. Türk ekonomisinin de elzem temel taşlarından birisi olan turizm, bugünkü işsizliğe, enflasyona ve dış ticaret açığına çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir husustur (Çımat ve Bahar, 2003: 1).

Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe faaliyet gösteren ve BİST’ de işlem gören piyasa değeri en yüksek olan üç işletmenin finansal performanslarını fintables.com dan alınan 2018-2022 yıllarına ait finansal tablolarını kullanarak Trend analizi yöntemi ile incelemektir. Çalışmada 2018 yılı baz yıl alınarak ele alınan üç işletmenin yıllar itibariyle değişim yüzdeleri hesaplanmıştır.

Çalışmada öncelikle, turizm sektörü ve diğer sektörlerde Trend analiz yöntemi tekniği kullanılarak yapılan çalışmalardan örneklere yer verilen literatür taraması yapılarak, Trend analiz yönteminden bahsedilmiştir. Uygulama kısmında, BİST’ te işlem gören piyasa değeri en yüksek olan üç turizm sektörü işletmesine ait finansal oranlar hesaplanmıştır. Son olarak, uygulama sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve çalışma sonlandırılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gerek turizm sektörüne gerekse diğer pek çok sektöre yönelik Trend analiz yöntemi kullanılarak finansal performans analizi yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların bazıları Tablo-1’de kronolojik olarak yer verilmiştir.

Tablo 1: Farklı sektörlere yönelik Trend analiz yöntemi kullanılarak yapılan çalışmalar

Çalışma	Sektör ve Dönem	Ülke	Ulaşılan Sonuçlar
Soysal ve Ömürgan (2008)	Turizm Sektörü 2000-2007	Türkiye	Çalışma neticesinde Covid-19 pandemi sürecinde alınan önemlerden, karayolu, hava ve deniz taşımacılığı faaliyetinde bulunan işletmelerin aktif ve öz sermaye karlılığında zarar etmiş olduklarını saptamışlardır. Ayrıca 2020 yılında varlıklarından ve yatırımlarında en fazla havayolu; en az ise denizyolu yolcu taşımacılığı yapan işletmelerin zarar ettiklerini tespit etmişlerdir.
Parlakay ve Duru (2017)	Tarım Sektörü 1996-2014	Türkiye	Ele alınan dönemde ithal edilen ürünlerin hammaddelerinin (yemelik bitkisel yağlar hariç) dönem başından dönem sonuna tamamına artış gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. İthalat değerinde kesin artışın en fazla buğday, soya fasulyesi ve yemelik ayçiçeğinde gerçekleştiğini, oransal anlamda en fazla artışın ise mercimek, kabuklu ceviz, soya fasulyesi ve iç bademde gerçekleştiğini saptamışlardır.
Bülüç vd. (2018)	Sağlık Sektörü (2013-2017)	Türkiye	Çalışma sonucunda, üniversite hastanelerinin dönen varlıklarında mühim bir değişim olmadığını, stoklarının arttığını tespit etmişlerdir. Duran varlıkların 2015 yılında çok yüksek seviyede olduğunu belirlemişlerdir. Üniversite hastanelerinin hem öz sermayelerinin hem de borçlarının arttığını tespit etmişlerdir. Öz sermayede tespit edilen bu artışın 2015’ten 2017’ye büyük bir sıçrama biçiminde

			gerçekleştiğini saptamışlardır. Üniversite hastanelerinin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme gücünün azaldığını tespit etmişlerdir. Ticari alacakların azalmasına karşın ticari borçlarının arttığını belirlemişlerdir.
Sanalan Bilici ve Aydın (2018)	Konaklama İşletmeleri 2011-2016	Türkiye	Analiz sonucunda; dönen varlık oranının duran varlık oranından yüksek olduğunu, öz sermaye kaleminde yıllar bakımından büyüme olduğunu, maliyet ve satış gelirlerinin aynı yönde olduğunu, dönen varlıklar içerisinde en büyük paya nakit ve nakit benzerlerinin sahip olduğunu, nakit oranının yüksek olduğunu, cari oranın olağan seviyeden biraz düşük olduğunu, asit-test oranının iyi durumda olduğunu saptamışlardır.
Mazman İtik (2021)	Gıda Sektörü 2015-2019	Türkiye	Çalışma neticesinde firmanın 2019 yılında, 2018 yılına nazaran daha az net çalışma sermayesinin olduğunu fakat buna karşın borçlarını ödeyebilme gücünün var olduğunu, 2019 yılında 2018 yılına nazaran daha az seviyede kâr etmiş olduğunu ve bu durumda finansal giderlerin tesirli olduğunu, kısa vadeli yabancı kaynak oranının yüksek olması ve cari oranın da istenen düzeyin altında olması sebebiyle borçlanma düzeyine ve nakit akışlarına ve dikkat etmesi gerektiğini saptamıştır.
Demir (2022)	Savunma Sanayi 2015-2020	Türkiye	Yapılan araştırma sonucunda, Türk savunma sanayi şirketlerinin Defense 100 şirketlerine göre karlılık rasyolarında, satışların maliyetinde ve satışlarda daha iyi bir performans gösterdiğini, ancak uzun ve kısa vadeli borçlulukta ise Defense 100 şirketlerinin daha iyi olduğunu saptamıştır.
Çil Koçyiğit vd. (2022)	Sağlık Sektörü 2010-2020	Türkiye	İnceleme sonucunda sağlık işletmesinin ticari alacaklarının yıllar itibari ile yükseliş eğiliminde olduğunu, nakit ve benzeri değerlerinin ise düşüşte olduğunu tespit etmişlerdir. İşletmenin alacak tahsilinde problem yaşadığını saptamışlardır.
Avan (2023)	Sağlık Sektörü 2009-2020	Türkiye	Çalışma sonucunda, hastane hizmetleri alt sektörünün öz sermayelerinin ve duran varlıklarının temel yıla mukayeseye sürekli arttığını belirlemiştir. Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların ve Dönen varlıkların 2019 yılında, Uzun Vadeli Yabancı

			Kaynakların ise 2018 yılında düştüğünü saptamıştır.
--	--	--	---

3. YÖNTEM

Çalışmada turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal performans değerlendirilmesi aşamasında Trend (eğilim yüzdeleri) analiz yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan yöntem hakkında bilgi verilecektir.

3.1. Trend (Eğilim Yüzdeleri) Analizi Yöntemi

Trend analiz yöntemi bir işletmenin göstermiş olduğu gelişmeleri yıllar itibari ile görülmesine yardımcı olan analiz yöntemidir. Bu analize yatay yüzde analizi de denilmektedir. Bu analiz yönteminde, birbirini takip eden dönemlere ait finansal tablolarda bulunan kalemlerin baz alınan finansal tablo kalemlerine göre göstermiş olduğu azalış ve artışlar yüzde olarak hesaplanmaktadır. Finansal tablo dizisinin ilk yılı baz yıl olarak kabul edilmektedir (Çabuk ve Lazol 168-169). Trend analiz yöntemi, işletmelerin finansal tablolarında bulunan kalemlerin yıllar itibari ile gidişatını ortaya koyduğu için dinamik bir analiz yöntemidir. Eğilim yüzdelerinin formüle edilmesi şu şekilde ifade edilebilmektedir. (Demir ve Alpan:2012, 124).

$$\text{Eğilim Yüzdeleri (Trend)} = \frac{\text{Eğilim Yüzdeleri Hesaplanacak Yılın Mutlak Değeri}}{\text{Temel Alınan Yılın Mutlak Değeri}} \times 100$$

Trend analizinde hesaplama yapılırken iki yöntem kullanılabilir. Bu yöntemlerin birincisinde, bir baz yıl seçilmekte ve diğer tüm yılların azalış ve artışları baz alınan yılın tablolarında değerlere göre hesaplanmaktadır. Bu yöntemde baz yılın finansal tablosundaki her kalem tutarı 100 kabul edilmektedir. Diğer yılların tutarları buna göre oranlanmaktadır. Yöntemlerden ikincisinde ise, her bir yılın finansal tablo kalemlerinde yer alan değişikliklerin bir önceki yılın kalemlerine göre saptanmaktadır (Gücenme:2003, 161).

Trend analizi yönteminde izleyen yıllarda mali tablo kalemlerinin karşılaştığı yıl olan baz yılın seçimi önem teşkil etmektedir. Baz yıl olarak seçilen yılın normal faaliyet sonuçlarının elde edildiği herhangi bir olağandışı etkinin olmadığı bir yıl olması gerekmektedir. Aksi takdirde mali tablo kalemlerinin karşılaştığı yılın olağan bir yıl olmaması sebebiyle yapılan yorumlar sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Bu sebeple çalışmada normal bir faaliyet dönemi olarak 2018 yılı baz yıl olarak seçilmiş ve izleyen yıllarda mali tablo kalemlerinin izlediği seyir bu yıla göre ifade edilerek yorumlanmıştır.

4. UYGULAMA

Çalışmada ele alınan üç turizm işletmesinin her birinin sırasıyla bilanço ve gelir tabloları 2018 yılı baz yıla göre izleyen yıllardaki değişimleri gösterilmiştir.

Tablo 2: AYCES İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yıl Alınarak İzleyen Yıllardaki Bilanço Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

AYCES	2018	2019	2020	2021	2022
DÖNEN VARLIKLAR	4.543.276	105,9	54,4	490,3	935,3
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.375.908	160,0	86,5	858,6	2.158,5
Ticari Alacaklar	1.501.397	68,7	14,6	141,5	182,0

Diğer Alacaklar	80.775	105,4	109,6	2.356,7	442,8
Stoklar	470.989	113,0	39,6	178,7	322,9
Peşin Ödenmiş Giderler	937.287	80,5	8,8	33,1	73,7
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	19.105	192,2	157,8	13.734,0	25.082,0
Diğer Dönen Varlıklar	157.815	107,9	425,5	1.684,9	1.711,3
DURAN VARLIKLAR	187.323.026	148,0	144,6	337,7	911,4
Finansal Yatırımlar	154.833	156,3	190,9	300,5	27,3
Maddi Duran Varlıklar	185.266.745	142,7	139,6	333,8	912,8
Kullanım Hakkı Varlıkları					
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	46.795	1.313,5	1.265,1	2.705,8	2.608,6
Peşin Ödenmiş Giderler	1.854.653	132,4	56,0	55,3	17,5
TOPLAM VARLIKLAR	191.866.302	147,0	142,5	341,3	911,9
KISA VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	20.423.064	44,1	57,1	97,7	158,9
Kısa Vadeli Borçlanmalar					
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	6.726.857	38,2	54,1	52,1	68,1
Ticari Borçlar	4.707.090	72,0	80,9	149,4	230,3
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	147.168	111,5	75,5	192,6	654,6
Diğer Borçlar	6.172.330	3,3	1,4	14,0	14,5
Ertelenmiş Gelirler (Müşteri Sözleşmelerinden Doğan Yükümlülüklerin Dışında Kalanlar)	1.287.421	60,6	35,4	396,9	835,5
Kısa Vadeli Karşılıklar	1.382.198	138,0	156,4	228,0	319,4
TOPLAM UZUN VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	25.115.607	192,9	190,4	353,4	859,3
Uzun Vadeli Borçlanmalar	4.467.832	348,2	338,8	291,2	311,4
Uzun Vadeli Karşılıklar	1.075.797	134,3	224,8	223,8	566,6
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	19.571.978	160,6	154,7	374,8	1.000,4
TOPLAM YÜKÜMLÜLÜKLER	45.538.671	126,2	130,6	238,7	545,2
TOPLAM ÖZKAYNAKLAR	146.327.631	153,5	146,2	373,2	1.026,1
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	146.327.631	153,5	146,2	373,2	1.026,1
Ödenmiş Sermaye	16.756.740	149,2	149,2	149,2	149,2
Sermaye Düzeltme Farkları	7.916.580	100,0	100,0	100,0	100,0
Paylara İlişkin Primler (İskontolar)	119.489	119,3	119,3	119,3	119,3
Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacak Birikmiş Diğer Kapsamlı Gelirler (Giderler)	140.895.602	146,2	143,0	364,4	1.029,8
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	123.920	100,0	100,0	100,0	100,0
Geçmiş Yıllar Karları veya Zararları	-19.977.307	112,8	147,6	117,2	243,2
Net Dönem Karı veya Zararı	492.607	562,0	-2.084,4	3.272,3	1.763,0
TOPLAM KAYNAKLAR	191.866.302	147,0	142,5	341,3	911,9

Aktif yapı incelendiğinde 2019-2020 yılları haricinde dönen varlıklar ile duran varlıkların izlediği eğilim benzerdir. Her iki varlık grubunda söz konusu dönemde artış sınırlı olurken izleyen dönemde daha yüksek gerçekleşmiştir. Anılan dönemde dönen varlıklar aktif yapı içinde göreceli olarak azalmış takip eden yıllarda duran varlıklara nispeten yüksek artışla baz yıla benzer bir yapıya bürünmüştür. Dönen varlık kalemlerinde de grubun eğilimine benzer seyir söz konusudur.

Pasif yapı genel olarak incelendiğinde ana gruplarda aktif yapı gruplarına benzer bir eğilim söz konusudur. Kısa ve uzun vadeli borçlarla öz kaynak benzer şekilde 2019-2020 döneminde düşük artış gösterirken izleyen dönemlerde daha yüksek artış gözlenmektedir. Yine burada aktif yapıda dönen varlıklardaki farklılaşmaya benzer bir durum söz konusudur. İlgili dönemde diğer kalemler düşük artış gösterirken kısa vadeli borçlar azalmıştır. Kısa vadeli borçlarda bu hareketin dönen varlıklarla paralel seyir izlemesi net işletme sermayesi açısından olumlu yorumlanabilir. Bir diğer dikkat çeken husus öz kaynaklarda gerçekleşen artışın toplam borçlara oranla göreceli olarak daha yüksek gerçekleşmesidir. Özellikle son yıllarda gözlenen bu durum işletmenin finansmanda öz kaynaklara ağırlık verdiğini düşündürülebilir.

Tablo 3: AYCES İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yıl Alınarak İzleyen Yıllardaki Gelir Tablosu
Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

AYCES	2.018	2019	2020	2021	2022
BRÜT SATIŞLAR	38.315.988	127,1	58,2	169,1	284,2
SATIŞLARDAN İNDİRİMLER (-)	1.112.460	113,2	25,6	153,6	277,0
HASILAT	37.203.528	127,6	59,1	169,6	284,5
SATIŞLARIN MALİYETİ	23.886.571	120,8	79,3	133,9	297,4
TİCARİ FAALİYETLERDEN BRÜT K/z	13.316.957	139,7	23,1	233,6	261,3
BRÜT KAR (ZARAR)	13.316.957	139,7	23,1	233,6	261,3
FAALİYET GİDERLERİ (-)	9.705.366	115,4	109,8	141,2	275,4
Genel Yönetim Giderleri	8.253.890	115,4	116,8	145,4	287,1
Pazarlama Giderleri	1.451.476	115,1	70,1	117,5	208,9
NET ESAS FAALİYET KARI/ZARARI	3.611.591	205,0	-209,9	481,9	223,6
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler	596.833	84,5	40,3	160,9	165,3
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler	468.397	76,2	104,3	166,3	126,5
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	3.740.027	201,9	-209,3	470,2	226,5
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler	25.431	211,1	67,4	298,0	
Yatırım Faaliyetlerinden Giderler					
FİNANSMAN GELİRİ (GİDERİ) ÖNCESİ FAALİYET K/Z	3.765.458	202,0	-207,5	469,0	221,1
Finansman Gelirleri	285.309	157,7	113,3	529,2	1.442,7
Finansman Giderleri	3.969.540	137,4	96,6	115,5	120,5
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER VERGİ ÖNCESİ K/Z	81.227	3.203,7	13.940,5	17.958,5	9.426,8
Sürdürülen Faaliyetler Vergi (Gideri) Geliri	-411.380	159,6	-56,7	-172,5	-49,8
Ertelenmiş Vergi (Gideri) Geliri	-411.380	159,6	-56,7	-172,5	-49,8
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER DÖNEM K/Z	492.607	562,0	-2.084,4	3.272,3	1.763,0
DÖNEM KARI (ZARARI)	492.607	562,0	-2.084,4	3.272,3	1.763,0
Ana Ortaklık Payları	492.607	562,0	-2.084,4	3.272,3	1.763,0

Gelir tablosu kalemlerinde ilk olarak satışlar kalemi 2020 yılında düşüş göstermiş bunun dışında artış göstermiştir. Özellikle 2022 yılındaki artış dikkat çekicidir. Satışlarla ilgili olarak

satışların maliyeti kalemi incelendiğinde genel olarak satışlarla benzer bir seyir izlemekle beraber bazı farklılıklar söz konusudur. Çok önemli farklılıklar olmamakla birlikte geleceğe dönük olarak nedenleri araştırılmalıdır. Faaliyet giderleri de satışlara paralel seyir izlemiştir. Finansman giderlerinin düşük artış trendi karlılığa olumlu katkı sağlamıştır. Dönem karı incelendiğinde 2020 yılında açıklanan zarar dışında artış gerçekleşmiştir. Özellikle 2020 yılındaki zarardan sonra izleyen yıllarda gerçekleşen artışlar çok dikkat çekicidir. Satışlardaki artıştan yüksek oranda gerçekleşmesi karlılığa olumlu olarak yansımacaktır.

Tablo 4: GRSEL İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yılı Alınarak İzleyen Yıllardaki Bilanço Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

GRSEL	2018	2019	2020	2021	2022
DÖNEN VARLIKLAR	111.285.412	122,6	131,3	217,8	693,1
Nakit ve Nakit Benzerleri	18.644.730	157,7	97,6	231,7	1.382,1
Finansal Yatırımlar					
Ticari Alacaklar	75.493.388	105,3	122,7	215,6	590,1
Diğer Alacaklar	11.335.083	179,9	224,0	3,5	7,2
Stoklar	973.581	110,0	106,3	135,0	562,8
Peşin Ödenmiş Giderler	4.272.831	122,1	128,0	524,0	1.288,8
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	106.227	20,8	26,9	601,3	0,2
Diğer Dönen Varlıklar	459.572	188,7	714,4	2.521,7	1.012,0
DURAN VARLIKLAR	85.402.998	122,2	266,0	656,3	2.159,5
Diğer Alacaklar	6.670	103,8	506,5	995,4	995,4
Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller	45.805.600	96,5	125,8	158,8	386,8
Maddi Duran Varlıklar	36.358.576	135,8	441,5	1.318,1	3.471,3
Kullanım Hakkı Varlıkları					
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	2.953.384	85,1	73,1	104,2	13.578,9
Peşin Ödenmiş Giderler	278.768			1.485,6	1.123,6
TOPLAM VARLIKLAR	196.688.410	122,5	189,8	408,2	1.329,8
KISA VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	147.850.678	111,8	90,6	191,5	444,2
Kısa Vadeli Borçlanmalar	8.630.937	109,5	62,2	205,2	249,4
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	18.622.778	90,0	92,4	330,1	765,1
Ticari Borçlar	49.680.755	106,9	120,4	195,7	583,1
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	2.629.221	95,6	102,9	200,4	447,3
Diğer Borçlar	27.910.070	106,7	66,6	87,0	99,9
Ertelenmiş Gelirler (Müşteri Sözleşmelerinden Doğan Yükümlülüklerin Dışında Kalanlar)	33.481.878	140,6	54,6	214,2	423,0
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	832.555	305,7	677,2		672,5
Kısa Vadeli Karşılıklar	6.062.484	68,3	105,3	88,3	265,5
TOPLAM UZUN VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	20.666.191	102,0	345,7	702,4	1.973,7
Uzun Vadeli Borçlanmalar	12.787.358	97,7	182,0	406,8	814,4

Ertelenmiş Gelirler (Müşteri Sözleşmelerinden Doğan Yükümlülüklerin Dışında Kalanlar)	656.586				
Uzun Vadeli Karşılıklar	1.538.636	194,6	279,7	370,3	699,4
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	5.683.611	98,4	378,7	1.276,4	5.107,3
TOPLAM YÜKÜMLÜLÜKLER	168.516.869	110,6	121,9	254,1	631,7
TOPLAM ÖZKAYNAKLAR	28.171.541	193,1	595,8	1.329,6	5.505,6
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	28.136.732	193,0	595,9	1.288,3	5.380,3
Ödenmiş Sermaye	10.000.000	100,0	300,0	870,0	1.020,0
Ortak Kontrole Tabi Teşebbüs veya İşletmeleri İçeren Birleşmelerin Etkisi	357.957	100,0	100,0	-20.852,2	-20.852,2
Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacak Birikmiş Diğer Kapsamlı Gelirler (Giderler)	-389.632	65,8	15.211,3	59.220,3	269.031,1
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	994.070	100,0	168,0	460,8	979,9
Geçmiş Yıllar Karları veya Zararları	24.118.081	71,2	94,6	190,0	418,4
Net Dönem Karı veya Zararı	-6.943.744	578,9	982,5	1.180,8	3.441,2
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	34.809	223,3	511,7	34.735,4	106.782,9
TOPLAM KAYNAKLAR	196.688.410	122,5	189,8	408,2	1.329,8

Aktif yapı incelendiğinde dönen varlıklar ile duran varlıkların artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Analize esas yılların son ikisinde olmak üzere özellikle de 2022 yılında artış çok belirgindir. Aktif yapı gruplarına bakıldığında varlıklardaki esas artışın duran varlıklardan kaynaklandığı gözlenmektedir. Bu durum işletmenin yatırım yaptığına işaret edebilir. İlerleyen yıllarda verimli olması durumunda karlılığa olumlu etkisi olabilir. Dönen varlık kalemlerinde de grubun eğilimine benzer seyir söz konusudur.

Pasif yapı genel olarak incelendiğinde ana gruplarda aktif yapı gruplarına benzer bir eğilim söz konusudur. Gruplar bazında incelendiğinde kısa vadeli borçlardaki artış dönen varlıklardaki artıştan daha düşük kalmıştır. Bu durum işletmenin net işletme sermayesine ve bağlı olarak kısa vadede borç ödeme gücüne olumlu katkı yapacaktır. Borçlar kendi içinde değerlendirildiğinde uzun vadeli borçlarda meydana gelen artış kısa vadeye göre çok yüksektir. Yine özkaynaklardaki artış çok belirgindir. Bu durum duran varlıklardaki artışın bu kaynaklardan sağlandığını göstermektedir ki bu finansmanda uygunluk ilkesi açısından olumlu bir durumdur. Uzun vadeli kaynaklar kendi içerisinde ele alındığında da özkaynakların uzun vadeli borçlara nazaran daha çok arttığı görülmektedir. Bu yeni yatırımlarda öncelikli olarak özkaynak tercih edildiğini göstermektedir.

Tablo 5: GRSEL İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yılı Alınarak İzleyen Yıllardaki Gelir Tablosu Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

GRSEL	2018	2019	2020	2021	2022
BRÜT SATIŞLAR	326.394.689	128,2	139,8	194,6	525,5
Yurtiçi Satışlar	320.803.035	128,1	140,2	170,0	459,6
Yurtdışı Satışlar					

Diğer Satışlar	5.591.58654	134,1	118,5	119,6	131,5
SATIŞLARDAN İNDİRİMLER (-)	442.491	123,2	2.679,2	355,9	2.358,6
Satıştan İadeler (-)	400.384	111,4	2.927,4	325,9	2.525,3
Satış İskontoları (-)	42.107	235,6	319,6	641,4	773,6
HASILAT	325.952.198	128,2	136,4	194,4	523,1
SATIŞLARIN MALİYETİ	299.981.891	126,7	124,0	177,7	472,3
TİCARİ FAALİYETLERDEN BRÜT K/Z	25.970.307	145,4	279,9	386,9	1.109,7
BRÜT KAR (ZARAR)	25.970.307	145,4	279,9	386,9	1.109,7
FAALİYET GİDERLERİ (-)	8.498.242	140,1	125,7	284,5	634,3
Genel Yönetim Giderleri	7.465.510	143,7	138,0	314,7	707,8
Pazarlama Giderleri	1.032.732	114,6	36,9	65,8	103,0
NET ESAS FAALİYET KARI/ZARARI	17.472.065	148,0	354,9	436,7	1.340,9
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler	21.161.041	85,3	110,7	65,2	193,7
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler	32.149.179	49,1	73,1	51,3	93,5
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	6.483.927	433,9	955,3	1.135,5	3.781,3
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler	663.411	1.305,0	1.035,0	5.202,4	16.122,7
Yatırım Faaliyetlerinden Giderler	1.357.414	117,0		295,4	263,3
Özkaynak Yöntemiyle Değerlenen Yatırımların Karlarından (Zararlarından) Paylar					
FİNANSMAN GELİRİ (GİDERİ) ÖNCESİ FAALİYET K/Z	5.789.924	683,6	1.243,0	1.798,4	6.020,2
Finansman Gelirleri	1.880.841	143,6	199,4	142,2	499,3
Finansman Giderleri	12.086.026	73,4	56,8	133,0	484,4
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER VERGİ ÖNCESİ K/Z	-4.415.261	956,7	1.759,5	2.254,8	6.981,2
Sürdürülen Faaliyetler Vergi (Gideri) Geliri	2.523.339	279,8	574,4	559,5	1.952,5
Dönem Vergi (Gideri) Geliri	1.061.826	670,3	1.179,8	1.204,9	3.407,0
Ertelenmiş Vergi (Gideri) Geliri	1.461.513	-4,0	134,5	90,6	895,8
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER DÖNEM K/Z)	-6.938.600	579,8	983,5	1.304,0	3.805,1
DÖNEM KARI (ZARARI)	-6.938.600	579,8	983,5	1.304,0	3.805,1
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	5.144	834,6	523,8	165.257,0	487.539,5
Ana Ortaklık Payları	-6.943.744	578,9	982,5	1.180,8	3.441,2

Gelir tablosu kalemlerinde ilk olarak satışlar kalemi son yılı çok çarpıcı olmak üzere yıllar itibariyle düzenli bir artış eğilimi göstermiştir. Satışlarla ilgili olarak satışların maliyeti kalemi incelendiğinde genel olarak satışlarla benzer bir seyir izlemekle beraber maliyetlerdeki artış satışlardaki artışın altında gerçekleşmiştir. Bu durumun brüt karlılığa olumlu yansımaları beklenir ki ilgili kalem incelendiğinde karlılıktaki artış belirgin bir şekilde izlenmektedir. Faaliyet giderleri de satışlara paralel seyir izlemiştir. Esas faaliyet dışı gelirlerin etkisiyle brüt

kara göre vergi öncesi kar daha da yüksek gerçekleşmiştir. Bu işletme açısından olumlu yorumlanabilecek bir başka husus olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 6: KSTUR İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yıl Alınarak İzleyen Yıllardaki Bilanço Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

KSTUR	2018	2019	2020	2021	2022
DÖNEN VARLIKLAR	31.402.404	79,9	65,5	126,9	299,8
Nakit ve Nakit Benzerleri	27.614.560	84,8	63,6	134,1	257,6
Finansal Yatırımlar	1.039	105,0	96,9	98,1	545,7
Ticari Alacaklar	821.299	7,2	4,7	1,0	116,8
Diğer Alacaklar	65.092	5,9	640,6		11,3
Stoklar	1.572.924	83,1	114,9	87,0	267,6
Peşin Ödenmiş Giderler	76.080	193,6	75,6	727,6	6.072,2
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	1.055.996	3,8			1.187,6
Diğer Dönen Varlıklar	195.414	48,5	345,9	455,7	340,7
DURAN VARLIKLAR	26.706.500	104,5	109,3	102,0	137,3
Finansal Yatırımlar	50.809	94,6	100,0	100,0	100,0
Diğer Alacaklar	17.197	76,9	99,1	99,1	84,4
Maddi Duran Varlıklar	26.633.416	104,5	103,9	97,5	133,8
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	4.842	553,5	187,4		
Peşin Ödenmiş Giderler	236	249,2	124,2	5.909,8	3.171,2
Ertelenmiş Vergi Varlığı					
TOPLAM VARLIKLAR	58.108.904	91,2	85,6	115,5	225,1
KISA VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	8.637.426	34,5	20,6	27,8	298,6
Kısa Vadeli Borçlanmalar	5.425.200				
Diğer Finansal Yükümlülükler	65.018	0,3	0,3	0,4	2.853,7
Ticari Borçlar	2.466.665	62,2	13,7	6,4	259,4
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	249.049	121,7	79,7	181,3	331,1
Diğer Borçlar	283.266	276,9	330,2	291,1	582,6
Devam Eden İnşaat, Taahhüt veya Hizmet Sözleşmelerinden Borçlar	60.717				
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü					
Kısa Vadeli Karşılıklar	87.511	150,1	90,2	134,8	345,9
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler					
TOPLAM UZUN VADELİ YÜKÜMLÜLÜKLER	483.490	145,6	119,5	142,2	326,7
Uzun Vadeli Karşılıklar	279.414	174,1	204,3	246,1	565,3
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	204.076	84,8			
TOPLAM YÜKÜMLÜLÜKLER	9.120.916	40,4	25,8	33,8	300,1
TOPLAM ÖZKAYNAKLAR	48.987.988	100,7	96,8	130,7	211,1
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	48.987.988	100,7	96,8	130,7	211,1
Ödenmiş Sermaye	4.244.587	100,0	100,0	100,0	100,0
Sermaye Düzeltme Farkları	5.630.347	100,0	100,0	100,0	100,0
Paylara İlişkin Primler (İskontolar)	560.707	100,0	100,0	100,0	100,0

Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacak Birikmiş Diğer Kapsamlı Gelirler (Giderler)	-230.751	101,4	160,9	221,9	37,4
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	3.368.484	140,1	149,9	149,9	194,7
Diğer Yedekler	1.410.611	100,0	100,0	100,0	100,0
Geçmiş Yıllar Karları veya Zararları	17.860.711	106,0	163,1	171,3	160,8
Net Dönem Karı veya Zararı	16.143.292	87,0	9,1	102,0	351,1
TOPLAM KAYNAKLAR	58.108.904	91,2	85,6	115,5	225,1

Aktif yapı incelendiğinde 2019-2020 yıllarında işletme varlıkları küçülmüştür. 2021 yılında toparlanma başlamış son yılda biraz belirgin hale gelmiştir. Dönen varlıklarda benzer eğilim söz konusudur Duran varlıklarda düşüş söz konusu değilken artış çok sınırlı gerçekleşmiştir. Bu durum dönen varlıkların aktif yapı içinde duran varlıklara göre göreceli ağırlığını artırması sonucunu beraberinde getirmiştir. Bu durum işletmenin kısa vadeli borç ödeme kapasitesini artırırken karlılığı azaltan alternatif maliyetleri beraberinde getirebilir.

Kaynaklar tarafına bakıldığında kısa vadeli kaynakların aktif tarafa benzer bir trend izlediği görülmektedir. Bu trend dönen varlıklarla karşılaştırıldığında daha yüksek oranda gerçekleşmesi işletmenin borç ödeme gücüne olumlu yansımıştır. Uzun vadeli borçlara bakıldığında genel bilanço kalemlerinin aksine tüm yıllarda artış söz konusudur. Buna sebep olarak kısa vadeli borçlardaki düşüş gösterilebilir. Zira öz kaynaklarda son yıl hariç değişmeyen trend göz önüne alındığında daha açık bir şekilde bu durumu göstermektedir.

Tablo 7: KSTUR İşletmesinin 2018 Yılı Baz Yıl Alınarak İzleyen Yıllardaki Gelir Tablosu Kalemlerindeki Değişim Yüzdeleri

KSTUR	2018	2019	2020	2021	2022
BRÜT SATIŞLAR	31.999.891	120,4	13,1	62,1	323,3
Yurtiçi Satışlar	31.398.719	122,7	13,3	63,3	329,5
Diğer Satışlar	601.172				
SATIŞLARDAN İNDİRİMLER (-)	33.395	29,5	99,2	119,3	158,9
Satışdan İadeler (-)	33.395	29,5	99,2	119,3	158,9
HASILAT	31.966.496	120,5	13,0	62,1	323,5
SATIŞLARIN MALİYETİ	15.934.535	128,9	52,9	87,5	291,5
TİCARİ FAALİYETLERDEN BRÜT KAR (ZARAR)	16.031.961	112,1	-26,7	36,8	355,3
BRÜT KAR (ZARAR)	16.031.961	112,1	-26,7	36,8	355,3
FAALİYET GİDERLERİ (-)	1.077.939	120,0	96,6	208,2	476,4
Genel Yönetim Giderleri	854.774	127,2	114,9	238,8	456,6
Pazarlama Giderleri	223.165	92,2	26,3	90,7	552,4
NET ESAS FAALİYET KARI/ZARARI	14.954.022	111,6	-35,6	24,4	346,6
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler	4.245.220	73,9	55,2	172,5	222,9
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler	2.672.953	203,6	120,9	190,7	301,5
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	16.526.289	87,0	-37,6	35,5	322,1
Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler					
FİNANSMAN GELİRİ (GİDERİ) ÖNCESİ FAALİYET K/Z	16.526.289	87,0	-37,6	35,5	322,1
Finansman Gelirleri	13.524.879	41,2	65,9	110,0	142,1
Finansman Giderleri	9.983.270	25,0	28,9	13,6	18,2

SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER VERGİ ÖNCESİ K/Z	20.067.898	87,0	-0,9	96,6	352,0
Sürdürülen Faaliyetler Vergi (Gideri) Geliri	3.924.606	87,0	-42,0	74,5	355,6
Dönem Vergi (Gideri) Geliri	3.941.138	87,4		69,1	345,8
Ertelenmiş Vergi (Gideri) Geliri	-16.532	6,6	-	9.760,6	1.404,1
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER DÖNEM K/Z	16.143.292	87,0	9,1	102,0	351,1
DÖNEM KARI (ZARARI)	16.143.292	87,0	9,1	102,0	351,1
Ana Ortaklık Payları	16.143.292	87,0	9,1	102,0	351,1

Gelir tablosunda satışlar kalemi incelendiğinde 2020-2021 yıllarında düşüş trendi dikkat çekmektedir. Özellikle 2019 yılındaki düşüş çarpıcı bir sonuçtur. 2022 yılındaki artışla birlikte toparlanma sürecine girildiği söylenebilir. Satışların maliyetine bakıldığında satışlara benzer trend burada da söz konusu olmakla birlikte 2020-2021 yıllarındaki düşüş satışlardaki kadar değildir. Bu durum brüt karda satışlara oranla daha fazla düşüşe yol açmış nitekim işletme 2020 yılında zarar açıklamıştır. Uzun dönemde nedenlerinin incelenmesi faydalı olacaktır. Faaliyet giderleri satışlara nazaran düşüş yıllarında daha az yükseliş döneminde ise daha fazla gerçekleşmiştir. Bunun sonucu esas faaliyet karında açıkça görülmektedir. Bu da üzerinde durulması gereken bir diğer husustur.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tüm işletmelere ait tablolar analize esas dönemlerde incelendiğinde 2020-2021 yıllarında yoğun olarak yaşanan Covid 19 pandemi döneminin etkileri açıkça görülmektedir. Tüm ekonomiye etkileri tartışmasız olmakla birlikte sektörler itibariyle etkilenme oranları farklılık göstermiştir. Aynı durum turizm sektörü için diğer sektörlerle farklı gerçekleştiği gibi analiz sonucunda sektörde yer alan firmalarda da farklı olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışmaya konu olan firmalarda mali tablo kalemlerindeki değişimlerde gözlenen farklılıklardan net satışlara bakıldığında GRSEL firması dışında 2019-2020 ve 2021 yıllarında artış trendini devam ettiren firma bulunmamaktadır. Bu durum net satışlar kalemiyle ilişkilendirilebilecek kalemlerde de benzer şekilde gerçekleşmiştir. İlgili firmanın mali tablo sonuçlarının kriz döneminde diğer firmalardan pozitif olarak ayrışmasına sebep olarak her ne kadar turizm endeksi içerisinde yer alan bir firma olmasına karşılık esas faaliyet alanının taşımacılık sektörü olması düşünülebilir. Zira verileri çalışmaya esas alınan diğer iki firma direkt olarak ağırlıklı konaklama işletmeciliği yapmaktadır. Bu sebeple pandemi döneminde neredeyse sifira yaklaşan bir mobilitenin olduğu bir ortamda etkilenmemeleri neredeyse imkansızdır.

Mali yapı açısından bakıldığında firmaların finansmanda yabancı kaynak yerine özkaynak yoluyla finansmanı tercih ettikleri görülmektedir. Bu özkaynak artışı şeklinde olmasa dahi yabancı kaynakların azaltılması yoluyla özkaynak kalemi aynı kaldığından mali yapıya göreceli olarak özkaynak ağırlığı olarak yansımıştır.

Firmaların finansmanda özkaynak tercihini incelemeleri kriz dönemlerinde uygulanan genel bir politika olabileceği gibi ilgili dönemlerde finansmana özellikle de yabancı kaynak finansmanına erişimde yaşanan zorluk sebebiyle olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akın A., Şimşek M.Y., Akın A. (2012). Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri Ve Önemi, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi / Journal of Academic Researches and Studies*, 4/7, 63-81.

Arabacı, H. (2018). Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4/3, 104-109.

Avan, E. (2023). Hastane Hizmetleri Alt Sektörünün Finansal Performansının Trend Analiziyle İncelenmesi, *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 9/1, 2149-6161.

Bülüç, F., Özkan, O., Ağırbaş İ. (2018). Üniversite Hastanelerinin Finansal Performansının Trend Analiziyle Değerlendirilmesi, *2. Uluslararası 12. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi*. 1226-1232.

Çabuk A. Ve Lazol İ. (2018). Mali Tablolar Analizi. *Ekin Basım ve Yayın Dağıtım*, 18. Baskı, Bursa.

Çımat A., Bahar O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18.

Çil Koçyiğit, S., Bıyık, E., Ertaş, Ş. (2022). Özel Bir Sağlık İşletmesinin Finansal Performansının Trend Analizi İle Değerlendirilmesi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 165-180. doi: <https://doi.org/10.11616/asbi.1015793>.

Demir M. ve Alpan N. (2012). Finansal Tabloların Hazırlanması ve Analizi Ders Notları.

Demir, Z. (2022). Türk Savunma Sanayi Şirketleri İle Defense 100 Şirketlerinin Trend Analizi İle Karşılaştırılması: Örnek Uygulama, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 20/1, 168-195.

Gücenme, Ü. (2003). Mali Tablolar Analizi ve Enflasyon Muhasebesi. *Marmara Kitabevi*, 4. Baskı, Bursa.

<https://fintables.com/>.

<https://www.fwmanaliz.com/>

Mazman İtik, Ü. (2021). Mali Tablolar Analizi: Borsa İstanbul (Bist)'Da Faaliyet Gösteren Bir Gıda İşletmesinde Uygulama (2015-2019), *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20/80, 1641-1661.

Parlakay, O., Duru, S. (2017). Türkiye'de İşlenmiş Tarım Ürünleri Dış Ticaretinde Dâhilde İşleme Rejiminin Etkilerinin Trend Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 21/1,67-72.

Sanalan Bilici, N. Ve Aydın, N. (2018). Konaklama İşletmelerinde Finansal Analizlere İlişkin Bir Örnek Olay İncelemesi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22/4, 2333-2355.

Soysal, M., Ömürgönülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama, *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21/1, 128-136.

Zengin B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5/1, 102-126.



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersi.com | Economic and Administrative Academic Research

LINEAR ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE REAL INTEREST RATE AND THE INFLATION RATE IN AFGHANISTAN

Shıraqa KHATAMI*^a, Hüdaverdi BİRCAN^b

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 12/08/2024
Accepted : 13/09/2024

Keywords:

Interest Rate,
Inflation Rate,
SPSS, Eviews

ABSTRACT

Inflation, defined as the continuous rise in the general price level, is often associated with capitalist economic systems, where the interest rate reflects the cost of money and debt securities. This study analyzes the relationship between real interest rates and inflation in Afghanistan, proposing that better understanding of this link can help economic agents regulate inflation through interest rate adjustments at decision-making levels.

Using an applied quantitative descriptive research design, time series data from the World Development Indicator (WDI) were analyzed via correlation and Ordinary Least Squares (OLS) linear models, employing SPSS and Eviews software. The data passed normality tests (Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk, and skewness-kurtosis), and the model demonstrated a strong fit, with an adjusted coefficient of determination of 97.7%. The Breusch-Pagan-Godfrey test confirmed homoscedasticity of residuals, while the Breusch-Godfrey test indicated no autocorrelation. The Jarque-Bera test's p-value (>0.05) further validated residual normality. Finally, a stability test confirmed the long-term stability of the relationship between real interest rates and inflation in Afghanistan.

The study concludes that real interest rates have a significant impact on inflation, as evidenced by an OLS coefficient of 0.942 and an intercept of 14.273. The adjusted R^2 value of 0.977 shows that 97% of the variation in inflation can be explained by changes in real interest rates.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 30-42

AFGANİSTAN'DA REEL FAİZ ORANI İLE ENFLASYON ORANI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN DOĞRUSAL ANALİZİ

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 12/08/2024
Kabul : 13/09/2024

Anahtar Kelimeler:

Faiz Oranı, Enflasyon Oranı, SPSS, Eviews

ÖZ

Enflasyon, genel fiyat düzeyindeki sürekli artış olarak tanımlanmakta ve genellikle kapitalist ekonomik sistemlerle ilişkilendirilmektedir; bu sistemlerde faiz oranı, para ve borçlanma araçlarının maliyetini yansıtır. Bu çalışma, Afganistan ekonomisinde reel faiz oranları ile enflasyon arasındaki ilişkiyi analiz etmekte ve bu ilişkinin daha iyi anlaşılmasının, ekonomik aktörlerin faiz oranı ayarlamaları yoluyla enflasyon seviyelerini kontrol etmelerine olanak tanıyacağını öne sürmektedir.

Uygulamalı nicel tanımlayıcı bir araştırma tasarımı kullanılarak, Dünya Kalkınma Göstergesi (WDI) kaynaklarından elde edilen zaman serisi verileri, SPSS ve Eviews yazılımlarıyla korelasyon ve En Küçük Kareler (OLS) doğrusal modelleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Veriler Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk ve çarpıklık-basıklık normalite testlerinden geçmiş, model ise %97,7 uyarlanmış determinasyon katsayısı ile güçlü bir uyum sergilemiştir. Breusch-Pagan-Godfrey testi, artıkların homoscedastisitesini doğrulamış, Breusch-Godfrey testi ise artıklar arasında otokorelasyon olmadığını göstermiştir. Jarque-Bera testinin p-değeri ($>0,05$) model artıklarının normal dağılımını desteklemiştir. Son olarak, stabilite testi reel faiz oranı ile enflasyon arasındaki ilişkinin uzun vadeli istikrarını doğrulamıştır.

Çalışma, reel faiz oranlarının enflasyon üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur; bu, yaklaşık 0,942'lik bir OLS katsayısı ve 14,273'lik bir kesişim değeri ile kanıtlanmıştır. Modelin uyarlanmış R^2 değeri olan 0,977, enflasyondaki değişimlerin %97'sinin reel faiz oranlarındaki değişimlerle açıklanabileceğini göstermektedir.

^a khatami.shiraga@yahoo.com ^b <https://orcid.org/0009-0009-0368-8561> hbircan@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-1868-1161>

1. INTRODUCTION

The Fisher equation, a well-known concept in economic literature, asserts that there is a consistent connection between the nominal interest rate and the inflation rate over the long term. This relationship can have causation from both sides, and therefore, research on this topic has been a significant concern for economists for many years, with some researchers rejecting Fisher's relationship and others confirming it.

The Irving Fisher equation states that the nominal interest rate (i_m) can be expressed as the sum of the real interest rate (i_r) and the inflation rate (p), written as $i_m = i_r + p$. This implies that changes in the nominal interest rate can be attributed to alterations in both the real interest rate and the inflation rate. In essence, the nominal interest rate is determined by the combined impact of these two rates. (Faridooon, 2009. Pp. 615-616)

Based on conducted studies, it has been observed that no general relationship (between the interest rate and inflation) that is universally applicable under all conditions and can be declared temporally and spatially unlimited has been discovered so far. The only certainty in this regard is the variability of the relationship between the interest rate and inflation under different temporal and spatial conditions, from the significance of the relationship to its intensity and direction. The main motivation and necessity for choosing this topic (Analyzing the relationship between real interest rates and inflation in the economy of Afghanistan) were the lack of previous research in this area in Afghanistan and the existence of different theories in this field with different results in practice from the relationship between these two macroeconomic variables according to foreign studies. This necessitates an empirical study of the nature of this relationship (the impact of the real interest rate on inflation) in the economy of Afghanistan. The findings of this research provide the possibility of policy-making and rational behavior for economic agents (policymakers and investors).

1.1. Research Background

John Bates Clark held the view that the real interest rate remains constant, in contrast to Marshall. He focused on how the inflation rate affects the nominal interest rate, asserting a direct relationship. According to Clark, the nominal interest rate should change in proportion to the inflation rate, ensuring a constant real interest rate. As a result, he made modifications to the nominal interest rate model (Clark, 1895).

Kandel and colleagues, in their 1996 study titled "Real Interest Rate and Inflation," identified a negative relationship between inflation and the real interest rate, supporting the theoretical framework proposed by Tobin and Mundell (Kandel, Ofer, & Sarig, 1996).

In a study titled "The Relationship between Nominal Interest Rate and Inflation," Booth and Siner utilized the co-integration technique to explore the correlation between prevailing interest rates in European countries and the inflation rates of 9 European countries and the United

States. The research revealed a one-to-one positive relationship between inflation and the interest rate in all cases except one (Booth & Ciner, 2001).

In an article titled "The Fisher Effect: Can It Be Tested," Cooray reviewed the literature on this topic globally and noted that, while most recent studies confirm Fisher's findings, there is evidence challenging the one-to-one relationship postulated by Fisher's model between the interest rate and inflation. The results indicated a positive relationship between the interest rate and inflation for the United States but did not establish a one-to-one relationship, a necessary condition of Fisher's theory. The evidence for the United States largely aligned with Fisher's effect, while results for other industrialized countries were not very clear (Cooray, 2002).

In their examination of the interest rates of G7 countries in the long term, Ghazali and Ramlee concluded that there is no real relationship between these two variables in these countries (Ghazali & Ramlee, 2003).

Lardic and Mignon conducted research covering the time span from 1970 to 2001 in the G7 country group, and their results confirmed Fisher's assumptions about the long-term relationship between the inflation rate and the interest rate (Lardic & Mignon, 2003).

In a study titled "Revisiting the Fisher Effect," Carneiro and colleagues examined their research monthly for three countries: Argentina, Brazil, and Mexico, in the time range from 1980 to 1997. The research confirmed Fisher's assumptions for two countries and did not confirm them for Mexico (Carneiro, Divino, & Henrique, 2004).

In an article entitled "Structural Breaks, Inflation, and Interest Rates: A Case Study of G7 Countries," Clemente and colleagues examined the Fisher test regarding the G7 country economies. Two variables, interest rate and inflation, were investigated, and the research results only confirmed the Fisher hypothesis for the United States, France, and Japan (Clemente, Montañés, & Reyes, 2004).

In an article titled "Revisiting Fisher's Hypotheses," Kasman and colleagues evaluated the validity of Fisher's assumptions using data from 33 developed and developing countries and confirmed the credibility of Fisher's assumptions (Kasman, Kasman, & Turgutlu, 2005).

In Jensen's analysis, titled "Testing the Long-Term Fisher Effect," Fisher's theory underwent scrutiny across 17 industrialized nations, encompassing Australia, Austria, Belgium, Canada, Denmark, France, Germany, Switzerland, Greece, Ireland, among others. The examination involved monthly and quarterly computations, exploring short-term and long-term nominal interest rates. The findings revealed that, over the long term, inflation in these countries exhibited a notable degree of stability, remaining unaffected by external and financial shocks. The test results suggested that, in line with Fisher's theory, a sustained alteration in inflation does not impact the nominal interest rate in a permanent manner, establishing a neutral relationship between the two variables (Jensen & Mark, 2006).

Ekrem and Aykut, using monthly observations and frequentist ratios, studied the economic situation of Turkey from 1984 to 2003. According to their findings, the future path of inflation in the Turkish economy is determined by the nominal interest rate (Ekrem & Aykut, 2006).

Based on the results of a study by Tillmann titled "Does the Interest Rate Affect Inflation Dynamics," conducted for the United States and the United Kingdom in the time period 1960-2004, and also for the European region in the time period 1970-2003, using the VAR model within the framework of three variables: interest rate, labor share, and inflation rate, it was found that the current values of interest rates have a lasting effect on inflation dynamics, indicating a permanent impact (Tillmann, 2007).

In their research in Nigeria, Obi, Nurudeen, and Gobna studied the relationship between the interest rate, inflation, and economic productivity. The findings of this research show that, in the long term, Fisher's effect in Nigeria is effective (Obi, Nurudeen, & Gobna, 2009).

2. Research Methodology and Materials

In this study, a descriptive quantitative research design of an applied nature has been employed to assess the Analyzing of relationship between real interest rates and inflation in the economy of Afghanistan. The required information for this research has been gathered through library research, published scientific articles, Central Bank of Afghanistan and World Development Indicator website's.

The economy of Afghanistan is considered as the statistical community for this research, and a purposive sampling method is used for sampling. The data for this research covers the years from 2006 to 2017, regarding the real interest rate and inflation rate in Afghanistan. The reason for choosing these years is the unavailability of statistics and figures for the real interest rate and inflation rate in other years and time periods. The findings of this research have been analyzed using EVIEWS and SPSS.

2.1. Research Limitations:

Limited Availability of Mid-Term Data in Afghanistan: The absence of data for periods shorter than one year within Afghanistan limits the ability to conduct a more accurate analysis of the relationship between monthly and annual real interest rates and inflation rates in the country's economy.

Insufficient Transparency in Da Afghanistan Bank's Monetary Policies: The unavailability of comprehensive information regarding Da Afghanistan Bank's monetary policies, due to weak cooperation and reluctance to disclose such data, creates a challenge for conducting in-depth research.

Lack of Prior Domestic Studies in Afghanistan: There is a lack of previous domestic research in Afghanistan on this topic, limiting the availability of relevant references and comparative analysis for the study.

2.2. Reviewing the linear regression model

The linearity of a linear regression model is required in both parameters and variables, indicating that the powers of the parameters and variables in this model are set to one (Azimi, 2019).

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_i + u_i \dots \quad (1)$$

The function denoted as (1) is also known as the social regression function. This function is utilized as a theoretical and conceptual basis, but in the real world, its coefficients are estimated through sample observations (Azimi, 2019).

$$\hat{Y}_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 X_i + \hat{u}_i \dots \quad (2)$$

The function (2), recognized as the sample regression or estimated function, is always characterized by a difference between the true regression model and the estimated model, which is illustrated by the model's disturbance term. The estimation of regression coefficients in this study is grounded in the method of ordinary least squares. This method was discovered by a German mathematician named Friedrich Gauss. In this approach, the following equations are employed to calculate the intercept and slope coefficients of the regression function (Azimi, 2019):

$$\hat{\beta}_1 = \bar{Y} - \hat{\beta}_2 \bar{X} \quad , E(\hat{\beta}_1) = \beta_1 \dots \quad (3)$$

$$\hat{\beta}_2 = \frac{cov(X_i, Y_i)}{var(X_i)} = \frac{\sum x_i y_i}{\sum x_i^2} \quad , E(\hat{\beta}_2) = \beta_2 \dots \quad (4)$$

The coefficient of determination for a regression model is calculated using the following equation (Azimi, 2019):

$$r^2 = \frac{\sum(\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2} = \frac{ESS}{TSS} \dots \quad (5)$$

The adjusted determination coefficient has been calculated using the following formula (Azimi, 2019):

$$\bar{r}^2 = 1 - \frac{(1-r^2)(N-1)}{N-K-1} \dots \quad (6)$$

The following formula is used to calculate the statistical value of F: (Azimi, 2019)

$$F = \frac{\frac{r^2}{K-1}}{\frac{1-r^2}{n-K}} \dots \tag{7}$$

The Jarque-Bera test has been employed to assess the normality of residuals in this study, and the calculation method is described as follows (Azimi, 2019):

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(EK)^2}{24} \right] \dots \tag{8}$$

The Durbin-Watson table has been utilized to examine serial correlation among residuals. The statistical significance of the Durbin-Watson can be measured using the following formula (Azimi, 2019):

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (\varepsilon_t - \varepsilon_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n \varepsilon_t^2} \dots \tag{9}$$

3. RESULTS

Table 1: Figures related to the interest rate and inflation in Afghanistan.

Year	Interest	Inflation GDP deflator
2006	10.08	7.17
2007	-8.59	22.38
2008	12.47	2.18
2009	17.47	-2.11
2010	5.71	9.44
2011	4.15	10.56
2012	6.18	8.30
2013	9.89	4.72
2014	14.72	0.24
2015	8.97	5.53
2016	9.25	5.26
2017	8	4.98

In Table (1), figures related to the real interest rate and inflation rate are presented, including an outlier referred to in statistical language as an "outlier." Outliers, defined as data

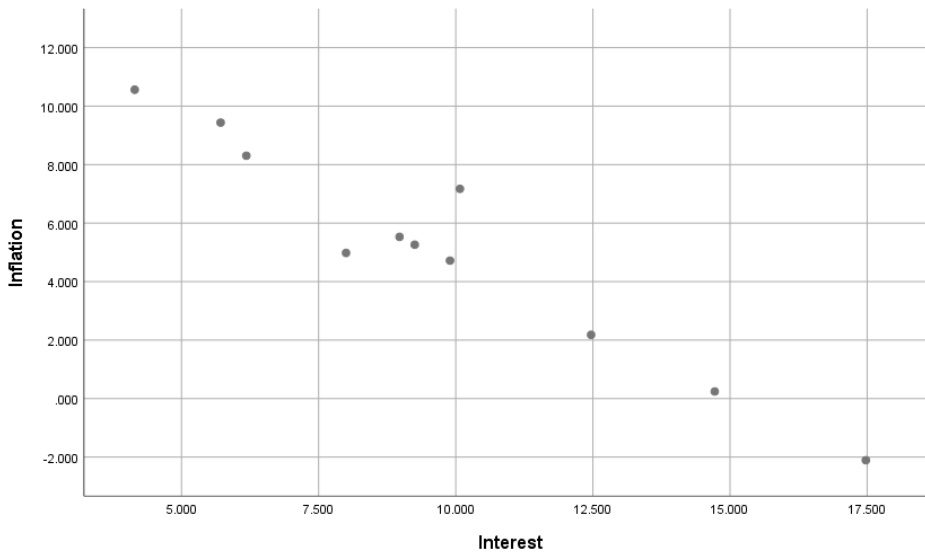
points deviating from the mean by at least three standard deviations, either positively or negatively, identify the numbers (-8.58837) and (22.38202) corresponding to the year 2007 as outliers. For the purpose of analysis, they are excluded from consideration.

Table 2: Tests of Normality

Inflation rate	Shapiro-Wilk			Normality Test Based on Skewness and Kurtosis	
	Statistic	Df	Sig.	Skewness	Kurtosis
	0.962	11	0.796	0.645	0.108
Interest rate	0.958	11	0.744	-0.506	-0.205

According to Table (2), the normal distribution of figures for the inflation rate and real interest rate is indicated by the Shapiro-Wilk (Interest rate Sig. = 0.744 > 0.05, DF=11 and Inflation Rate Sig.= 0.796>0.05/, df=11). Additionally, Table (2) demonstrates that the kurtosis and skewness for both variables fall within the interval (-1, 1), confirming the normal distribution of these two variables.

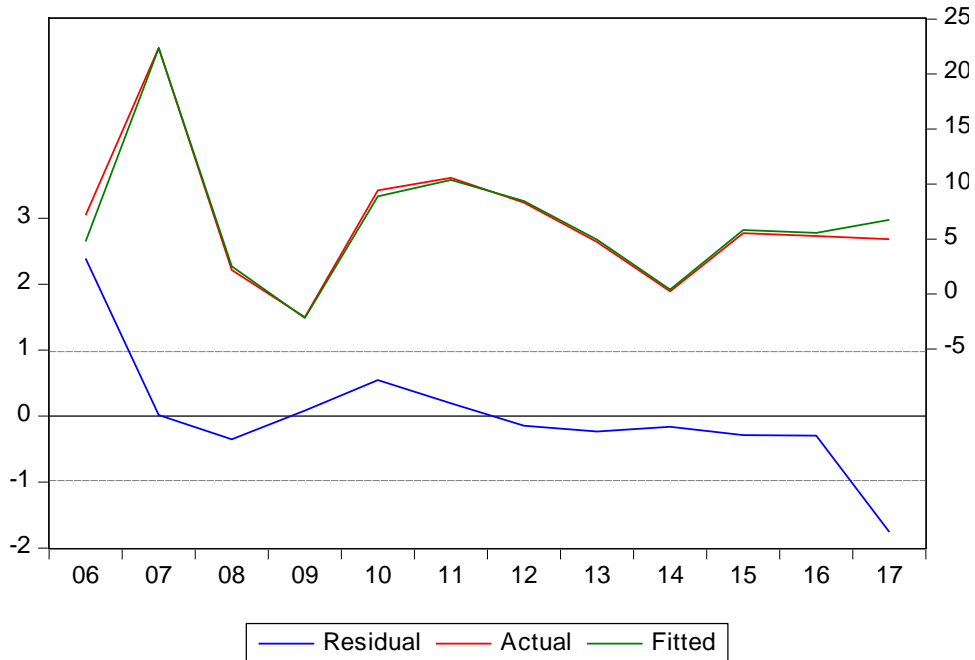
Figure 1: Linearity of the Relationship between Variables



In Figure (1), a negative linear relationship between the real interest rate and inflation rate in the Afghan economy is illustrated through a scatter plot. The plot suggests that an increase in the real interest rate is associated with a decrease in the inflation rate, and vice versa. The concentration of points around the line implies a strong correlation between the two rates in

Afghanistan. The scatter plot indicates that predicting inflation based on the real interest rate in Afghanistan is highly accurate due to the high concentration of points around the line.

Figure 2: Ordinary Least Squares (OLS) Linear Model Fitting



The model's fitting quality is indicated by the calculated adjusted determination coefficient value of 97.7%. Figure (2) further confirms the model's fitting quality by showing a close match between actual and estimated values.

Table 3: Heteroskedasticity Test

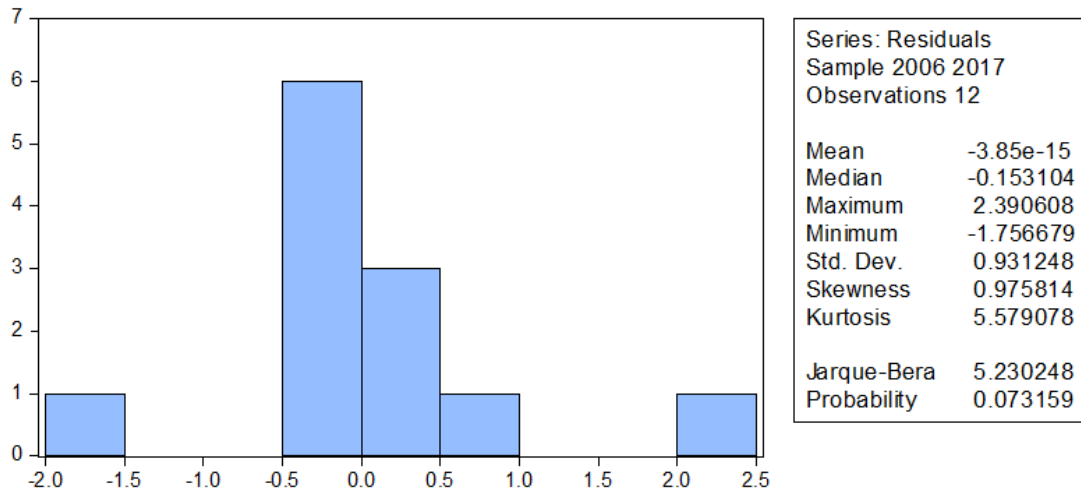
F-statistic	65524	0.0	Prob. F(1,10)	8032	0.
Obs*R-squared	78117	0.0	Prob. Chi-Square(1)	7799	0.
Scaled explained SS	24203	0.1	Prob. Chi-Square(1)	7245	0.

Table 4: Serial Correlation LM Test

		0.4		0.
F-statistic	13762		Prob. F(2,8)	6745
Obs*R-squared	24923	1.1	Prob. Chi-Square (2)	5698

In Table (4), the probability value for the chi-square test equals 0.779, which is smaller than 0.05, suggesting homogeneity of the residuals' variances.

Figure 3: Residual Normality Test



In Figure (3), the Jarque-Bera test shows a probability value larger than 0.05, supporting the normal distribution of model residuals.

Figure 4: Test of Model Parameter Stability

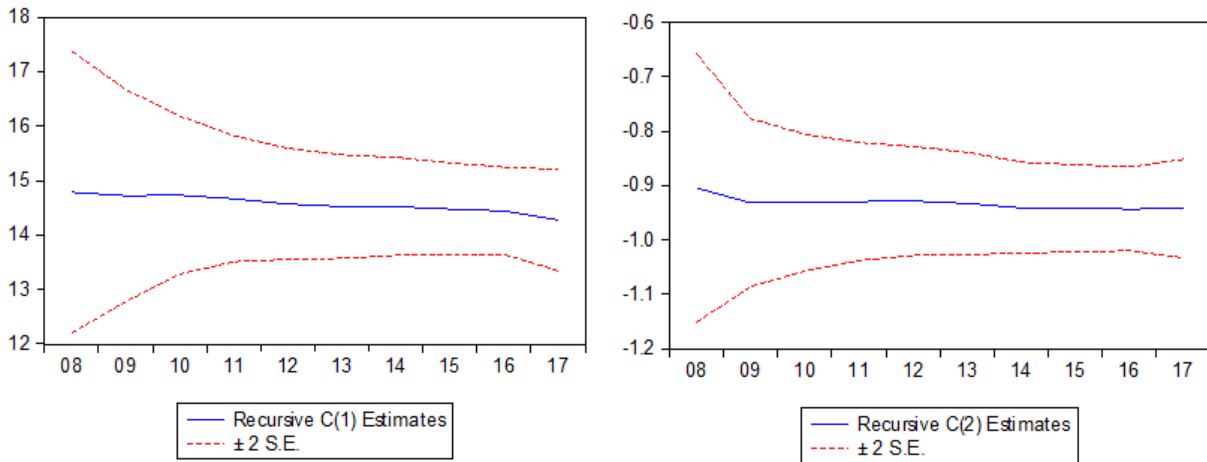


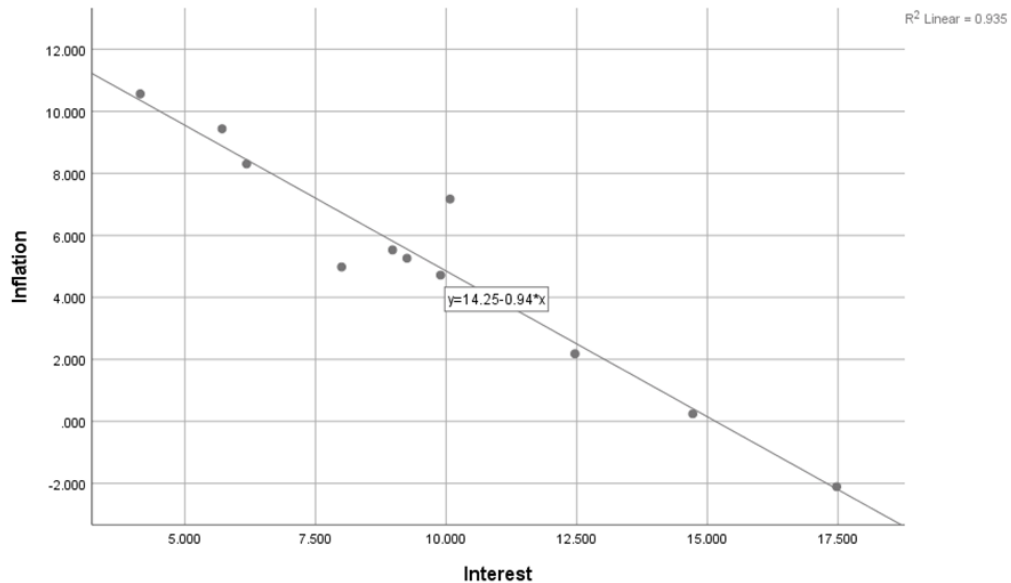
Figure (4) displays the stability of parameters over time, suggesting a stable relationship between the real interest rate and inflation.

Table 5: Pearson Correlation between Interest and Inflation

Sig.	N	r
0.000	11	0.967

In Table (5), the significance level of the Pearson correlation coefficient (Sig.=000<0.05, DF= 11, r = 0.967) is, indicating a significant relationship between the real interest rate and inflation rate in Afghanistan. The correlation coefficient value is 0.967, signifying an almost perfect correlation between the two variables. The negative correlation implies that an increase in the real interest rate leads to a decrease in inflation, and vice versa.

Figure 5: Regression Model Diagram



Considering Figure (5), the output results from the SPSS program indicate that the designed model for the real interest rate and inflation rate in the Afghan economy between 2006-2017 is a simple linear model: $\text{Inflation Rate} = 14.25 - 0.94(\text{Real Interest Rate})$. In this model, the real interest rate is the independent variable, and the inflation rate is the dependent variable. The linear relationship between these two variables is negative. The intercept of the model is 14.25, suggesting that if the real interest rate in the Afghan economy becomes zero, the inflation rate will be 14.25%. The slope of the model (0.94) indicates that a 1% increase in the real interest rate results in a 0.94% decrease in the inflation rate, and vice versa.

Table 6: Results of OLS Linear Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14.27381	0.466542	30.59490	0.0000
INTEREST	-0.942141	0.045370	-20.76582	0.0000
R-squared	0.977336	Mean dependent var		6.555007
Adjusted R-squared	0.975069	S.D. dependent var		6.185752
S.E. of regression	0.976701	Akaike info criterion		2.941739
Sum squared resid	9.539449	Schwarz criterion		3.022557
Log likelihood	-15.65044	Hannan-Quinn criter.		2.911818
F-statistic	431.2192	Durbin-Watson stat		0.898733
Prob(F-statistic)	0.000000			

Table (6) shows a probability value (Prob) of zero and less than 0.05, indicating the significance of the independent variable's effect on the dependent variable. The OLS coefficient value in the table is (0.942-), and the intercept value is (14.273). The adjusted determination coefficient of the model is (0.977), indicating a high level of model fit—97% of the variation in the dependent variable (inflation) is explained by the independent variable (real interest rate).

DISCUSSION

The relationship between real interest rates and inflation has been extensively studied, as demonstrated in prior research. Fisher's theory remains one of the most prominent frameworks, proposing a negative one-to-one relationship between real interest rates and inflation (Fisher, 1930). The findings of this study align with Fisher's model in terms of direction, showing a negative relationship between real interest rates and inflation in Afghanistan. However, the magnitude of this relationship in Afghanistan, with a coefficient of 0.94, suggests it is not exactly one-to-one, reflecting differences in local economic conditions.

Fisher's model assumes the independence of the real interest rate from inflation, a concept that this study's results challenge. In Afghanistan, the real interest rate is strongly correlated with inflation, indicating a dynamic interplay between the two variables, which is inconsistent with Fisher's assumption of a constant real interest rate. This deviation highlights the unique macroeconomic structure of developing economies, where inflationary pressures are more susceptible to external shocks.

In comparison, the work by Kandel, Ofer, and Sarig (1996) also tested Fisher's hypothesis, finding a strong inverse relationship between real interest rates and inflation. The findings of this study closely mirror theirs, reinforcing the notion that real interest rates are not independent of inflation expectations. In the Afghan context, this relationship is particularly strong, suggesting that controlling real interest rates can have significant implications for inflation management.

On the other hand, other studies, such as those by Ghazali and Ramele, found no significant relationship between interest rates and inflation, while research by Boat and Siner showed a positive relationship, further indicating that the real interest rate-inflation dynamic can vary significantly across different economic environments. The findings of this study thus contribute to the understanding of how real interest rates influence inflation specifically in Afghanistan.

CONCLUSION

The results of this study provide substantial evidence that the real interest rate plays a critical role in influencing inflation within Afghanistan's economy. By employing a robust OLS linear model and analyzing time series data, the study confirms the existence of a stable and significant relationship between these two variables. The adjusted coefficient of determination (97.7%) demonstrates a high level of model accuracy, suggesting that the real interest rate accounts for the majority of the variation in inflation. Additionally, diagnostic tests such as the Breusch-

Pagan-Godfrey and Breusch-Godfrey tests confirm the absence of heteroscedasticity and autocorrelation in the model, while the Jarque-Bera test reinforces the normality of the residuals.

These findings underscore the potential for economic policy interventions that target the real interest rate as a means to control inflation. By adjusting the real interest rate, policymakers can exert influence over inflationary pressures, providing a pathway to greater economic stability. This study's insights contribute to a deeper understanding of macroeconomic dynamics in Afghanistan and offer a foundation for future research and policy development in this area.

REFERENCES

- Azimi, N. (2019). Principles of Econometrics. Kabul, Afganistan: Saeed Publications.
- Booth, G. & Ciner, Cetin. (2001). The relationship between nominal interest rates and inflation: International evidence. *Journal of Multinational Financial Management*. 11. 269-280. 10.1016/S1042-444X(01)00030-5.
- Carneiro F. G. , Divino J. A. and Henrique R. C. (2004). "Rethinking the Fisher Effect: A Co-integration Analysis Between Interest Rates and Inflation" *Nova Economia*. Vol. 13, No. 1, pp. 81-100, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=486095>
- Cheng B. S. and Lai T. W. (1997). "An Investigation of Cointegration and Causality Between Energy Consumption and Economic Activity in Taiwan". *Energy Economics*
- Clark, J. B. (1895). The Gold Standard of Currency in the Light of Recent Theory. *Political Science Quarterly*, 10(3), 389–403. <https://doi.org/10.2307/2139952>
- Clemente J., Montañés A. and Reyes M. (2004). "Structural Breaks, Inflation and Interest Rates: Evidence for the G7 Countries". University of Zaragoza. Gran Vía 2. Zaragoza (Spain)
- Cooray, Arusha, (2002), The Fisher Effect: A Review of the Literature, No 0206, Research Papers, Macquarie University, Department of Economics, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:mac:wpaper:0206>.
- Faridoon, T. (2009). *Macroeconomics: Theory and Economic Policies*. Tehran: Nashr-e Ney.
- Fisher, I. (1930). *The Theory of Interest: As determined by impatience to spend income and opportunity to invest it*. Macmillan.
- Ghazali N. A. and S.Ramlee, (2003). "A Long Memory Test of the Long-run Fisher Effect in the G7 Countries". *Applied Financial Economics*. Vol. 13:10, 763-769, DOI: 10.1080/09603100210149149
- Gul, Ekrem. Ekinçi, Aykut. (2006). " The Causal Relationship between Nominal Interest Rates and Inflation: The Case of Turkey". *Scientific Journal of Administrative Development*. Vol4. I.A.D. <https://sid.ir/paper/650015/en>
- Jensen, Mark J. (2006) : The long-run Fisher effect: Can it be tested?, Working Paper, No. 2006-11, Federal Reserve Bank of Atlanta, Atlanta, GA

Kasman, S., Kasman, A., & Turgutlu, E. (2006). Fisher Hypothesis Revisited: A Fractional Cointegration Analysis. *Emerging Markets Finance & Trade*, 42(6), 59–76.
<http://www.jstor.org/stable/27750525>

Kandel, S., Ofer, A. R., & Sarig, O. (1996). Real Interest Rates and Inflation: An Ex-Ante Empirical Analysis. *The Journal of Finance*, 51(1), 205–225.
<https://doi.org/10.2307/2329307>

Lardic, Sandrine and Valerie Mignon, (2003) "Fractional cointegration between nominal interest rates and inflation: Are-examination of the Fisher relationship in the G7 countries." *Economics Bulletin*, Vol. 3, No. 14 pp. 1–10 Submitted: April 2, 2003. Accepted: July 2, 2003.

Obi, Ben. Nurudeen, Abu. Gobna Wafure, Obida. (2009). "An Empirical Investigation of the Fisher Effect in Nigeria: A Co-Integration and Error Correction Approach". *International Review of Business Research Papers*. Vol. 5 No. 5 September 2009 Pp. 96-109



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersisi.com | Economic and Administrative Academic Research

KONVENSİYONEL VE KATILIM BANKACILIĞI AÇISINDAN BELİRSİZLİK ORTAMININ MEVDUAT, KREDİ VE TAKİPTEKİ ALACAKLARA ETKİSİ: KANTİL REGRESYON ANALİZİ

Serkan DEMİREL^a

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 20/09/2024

Accepted : 10/10/2024

Keywords:

Economic Uncertainty,
Participation Banking,
Conventional Banking,
Regression Analysis

ABSTRACT

This study investigates the effects of economic uncertainty on deposits, loans, and non-performing loans within conventional and participation banking using quarterly data spanning from 2005Q1 to 2024Q1. The analysis employs the quantile regression method with panel data, showcasing tables that indicate quantile levels and Ordinary Least Squares (OLS) regression coefficients based on the variables of the banks. Independent variables were separately analyzed for both participation and conventional banks to understand how these factors operate under different quantile levels in specific economic environments. The independent variable in this research is the uncertainty factor, while the dependent variables include Non-Performing Loans (Gross) / Total Cash Loans, High-Volume Deposits / Total Deposits, Total Deposits / Average Total Branch Number, Loans / Average Total Branch Number, and Demand Deposits / Total Deposits ratios. Data for both conventional and participation banks were sourced from the Turkish Banks Association (TBB) database. According to the research findings, there is a positive and significant relationship between Non-Performing Loans (Gross) / Total Cash Loans and the Level of Uncertainty in Turkey for both conventional and participation banks. There is a negative and non-significant relationship between Total Deposits / Average Total Branch Number and the Level of Uncertainty in Turkey. A negative and significant relationship was identified between Loans / Average Total Branch Number and the Level of Uncertainty in Turkey, as well as between Demand Deposits / Total Deposits and the Level of Uncertainty in Turkey. Additionally, a negative and significant relationship was observed between High-Volume Deposits / Total Deposits and the Level of Uncertainty in Turkey.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 43-63

THE EFFECT OF THE UNCERTAINTY ENVIRONMENT ON DEPOSITS, LOANS AND NON-PERFORMING RECEIVABLES IN TERMS OF CONVENTIONAL AND PARTICIPATION BANKING: QUANTILE REGRESSION ANALYSIS

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 20/09/2024

Kabul : 10/10/2024

Anahtar Kelimeler:

Belirsizlik Ortamı,
Katılım Bankacılığı,
Konvansiyonel
Bankacılığı, Regresyon
Analizi

ÖZ

Konvansiyonel ve katılım bankacılığı açısından belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacaklara etkisinin incelendiği bu çalışmada 2005Q1-2024Q1 yılları arasında kapsayan dönemde çeyreklik veri kullanılarak quantile regresyon yöntemi ile panel veri analizi yapılmıştır. Araştırmada, bankaların değişkenlerine dayalı olarak kantil seviyelerini ve OLS (Ortalama En Küçük Kareler) regresyon katsayılarını gösteren tablolar sunulmaktadır. Bağımsız değişkenler hem katılım hem de konvansiyonel bankalar için ayrı ayrı analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan veriler, bankaların belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacakları etkileyen faktörlerin yanı sıra bu faktörlerin belirli bir ekonomik ortamdaki kantil seviyelerini anlamak için kullanılmaktadır. Araştırmada bağımsız değişken belirsizlik faktörü, bağımlı değişkenler ise Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler, Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat, Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı, Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı, Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat oranları olarak alınmıştır. Konvansiyonel ve katılım bankalarına ait veriler TBB veri tabanından derlenmiştir. Araştırma bulgularına göre; mevduat ve katılım bankalarında; Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında pozitif ve anlamlı ilişki, Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı olmayan ilişki, Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki, Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki, Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

1. Giriş

Ekonomik belirsizlik, finansal piyasalar ve bankacılık sektörü üzerinde derin etkiler yaratan kritik bir faktördür. Belirsizlik, ekonomik karar alma süreçlerinde öngörülebilirliği azaltarak hem bireyler hem de kurumlar için risk algısını artırmaktadır. Bu durum, bankaların mevduat toplama, kredi verme ve alacaklarını yönetme süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Belirsizlik dönemlerinde finansal sistemin kırılabilirliği artmakta, bu da mevduat sahiplerinin güvenini zedeleyerek mevduat çıkışlarına yol açabilmekte, kredi arzını sınırlamakta ve takipteki alacakların oranını yükseltmektedir.

Belirsizlik dönemlerinde mevduat sahipleri, varlıklarını daha güvenli ve likit yatırım araçlarına yönlendirme eğilimindedir. Bu eğilim, bankaların likidite pozisyonlarını olumsuz etkileyerek mevduat tabanının daralmasına neden olabilir. Kredi piyasasında ise belirsizliğin artışı, bankaların risk algısını yükseltmekte, bu da kredi koşullarını sıkılaştırmalarına ve kredi vermekte daha temkinli davranmalarına yol açmaktadır. Sonuç olarak, ekonomik belirsizlik dönemlerinde krediye erişim zorlaşmakta, bu da hem bireylerin hem de işletmelerin finansman ihtiyaçlarını karşılamada zorluk yaşamalarına neden olmaktadır.

Takipteki alacaklar, belirsizlik ortamından en çok etkilenen unsurların başında gelir. Ekonomik belirsizlik, borçluların ödeme güçlüğüne düşme riskini artırarak, bankaların risk yönetimini zorlaştırmakta ve takipteki alacak oranlarını yükseltmektedir. Bu çalışma, belirsizlik dönemlerinde bankacılık sektöründe mevduat, kredi ve takipteki alacakların nasıl etkilendiğini inceleyerek, bu süreçte ortaya çıkan riskleri ve olası sonuçları kantil regresyon analizi ile değerlendirmektedir.

Çalışmanın amacı, belirsizlik dönemlerinde bankaların karşılaştığı zorlukları anlamak ve bu zorlukların mevduat, kredi arzı ve takipteki alacaklar üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Yapılacak analizler, bankaların ve politika yapıcıların belirsizlik dönemlerinde alacakları önlemler ve stratejiler konusunda rehberlik edecek önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir. Bu sayede, ekonomik belirsizliğin bankacılık sektörü üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılması ve etkin yönetim stratejilerinin geliştirilmesi mümkün olacaktır.

2. Belirsizliğin Mevduat, Kredi ve Temerrütlü Krediler Üzerindeki Etkisi

Ekonomik belirsizlik, gelecekteki ekonomik ortamın tahmin edilemediği ve yüksek düzeyde risk veya bilinmeyenlerin olduğu bir durumu ifade eder. Bu belirsizlik, politik istikrarsızlık, hükümet politikalarındaki değişiklikler, doğal afetler ve piyasa dalgalanmaları gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir. Ekonomik belirsizlik dönemlerinde hem işletmeler hem de tüketiciler daha temkinli davranma eğiliminde olup, yatırımları ve harcamaları erteleyebilirler. Bu, ekonomik faaliyetlerde azalmaya ve potansiyel bir ekonomik durgunluk riskine yol açabilir. Belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde yatırım ve ticaretin yavaşlaması yaygındır, bu da ekonomik büyümeye olumsuz etki edebilir (ECB Economic Bulletin, 2020).

Ekonomik belirsizlik ile finansal istikrar arasındaki ilişki, özellikle banka mevduatları, krediler ve batık krediler (NPL'ler) açısından, ekonomik ortamdaki dalgalanmaların bankacılık sektörünü nasıl etkileyebileceğini anlamak için çok önemlidir. Son çalışmalar, ekonomik politika belirsizliğinin (EPU) ve diğer belirsizlik faktörlerinin, özellikle kriz zamanlarında finansal istikrarı önemli ölçüde etkileyebileceğini vurgulamaktadır.

2.1. Mevduatlara Etkisi

Belirsizlik genellikle tüketici güveninde düşüşe yol açar ve bireyleri ve işletmeleri tasarruf ve yatırım davranışlarını değiştirmeye teşvik eder. Bu tepki, özellikle yüksek EPU dönemlerinde, müşteriler nakit veya döviz varlıkları gibi daha güvenli, daha likit varlıklar aradıkça bankalardaki mevduatların azalması şeklinde ortaya çıkabilir. Küresel mali kriz gibi

artan belirsizlik dönemlerinde, finansal kurumlara olan güven sarsıldıkça mevduat büyümesi yavaşlama veya hatta tersine dönme eğilimindedir (Phan vd., 2021).

2.2. Kredilere Etkisi

Krediler, özellikle tüketici ve işletme kredileri, belirsizlikten doğrudan etkilenir. Bankalar belirsiz dönemlerde daha riskten kaçınır hale gelir, kredi koşullarını sıkılaştırır ve kredi arzını azaltır. Yüksek belirsizlik seviyeleri hem kredi kuruluşlarını hem de borçluları caydırabilir. Çalışmalar, yüksek ekonomik politika belirsizliği, dönemlerinde bankaların potansiyel risklere maruz kalmalarını azaltmak için kredi büyümesini azaltma eğiliminde olduğunu göstermiştir. ekonomik politika belirsizliği,, kredi büyümesini ve bankaların kredi verme davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin, yüksek ekonomik politika belirsizliği seviyeleri bankaların kredi büyümesini kısıtlayarak risk maruziyetini azaltmaya zorlar. Bu durum, özellikle büyük ve riskli bankalar için geçerlidir. Aynı zamanda, ekonomik politika belirsizliği, bankaların kredi risklerini yönetme biçimlerini etkileyerek, takipteki alacakların ve kredi zarar karşılıklarının artmasına yol açar. Bankalar, belirsizlik dönemlerinde genellikle daha fazla likidite tutma eğilimindedir ve kredi verme faaliyetlerini sınırlar, bu da genel kredi büyümesini olumsuz etkiler (Bordo vd., 2016; Hu ve Gong, 2019).

2.3. Takipteki Alacaklar Üzerindeki Etki

Ekonomik belirsizlik, borçluların geri ödeme yükümlülüklerini yerine getirmede daha fazla zorluk çekmesiyle sıklıkla daha yüksek temerrüde düşen kredi seviyelerine yol açar. Araştırmalar, artan ekonomik belirsizlik dönemlerinde bilgi düzensizliğinin arttığını, borç verenlerin kredi risklerini doğru bir şekilde değerlendirmesini zorlaştırdığını ve bunun da daha sonra daha yüksek takipteki alacak oranlarına yol açtığını göstermektedir (Cui vd., 2021). Ayrıca yapılan araştırmalar ekonomik politika belirsizliğinin takipteki alacak oranı üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu, yani belirsizliğin arttığı dönemlerde bankaların takipteki alacaklarının yükseldiğini göstermektedir. Bu etki, özellikle piyasa ve bankacılık yapısına bağlı olarak büyük farklılıklar gösterebilir (Karadima ve Louri, 2020; Phan vd., 2021).

3. Literatür

Literatürde belirsizlik ortamının bankacılık üzerindeki etkilerini araştıran araştırma sonuçları aşağıda verilmiştir.

Roe ve Siegel (2011) çalışmalarında ekonomik belirsizlik koşullarının finansal kalkınım üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Bulgular, siyasi istikrarsızlık ve zayıf demokrasiyle sonuçlanan eşitsizliği sürdüren koşulların, finansal gelişmeyi olumsuz etkilediği yönündedir.

Bordo vd., (2016) çalışmalarında, ABD bankacılık sektöründe ekonomik politika belirsizliğinin kredi büyümesi üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Bulgular, yüksek belirsizlik dönemlerinde bankaların kredi verme faaliyetlerini azalttığını ve riskten kaçınma davranışlarını artırdığını göstermektedir. Bu durum, kredi akışının azalmasına ve ekonomik büyümenin yavaşlamasına yol açmıştır.

Phan vd., (2021) çalışmalarında, ekonomik politika belirsizliğinin (EPU) finansal istikrar üzerindeki etkisini incelerken, yönetim kalitesinin bu etkiyi nasıl şekillendirdiğini araştırmıştır. Bulgular, EPU'nun bankaların Z-skoru ve takipteki alacak oranı (NPL) gibi finansal istikrar göstergeleri üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Küresel finansal kriz dönemlerinde bu etkinin özellikle belirgin olduğu tespit edilmiştir. EPU seviyesinin yüksek olduğu dönemlerde, bilgi asimetrisinin artması nedeniyle kredi risklerinin yönetilmesinde zorluk yaşandığı gözlemlenmiştir.

Hu ve Gong, (2019) çalışmalarında, inceledikleri ülkelerde küresel mali kriz sırasında artan ekonomik politika belirsizliğinin kredi arzında önemli bir azalma ile ilişkili olduğunu ve

banka istikrarını etkilediğini bulmuştur. Ekonomik politika belirsizliği arttığında bankaların kredi büyümesini sınırlandırarak risk maruziyetini azaltmaya çalıştığını göstermiştir. Bankalar, yüksek belirsizlik seviyelerinde riskten kaçınma davranışını artırarak kredi verme faaliyetlerini sınırlandırmıştır. Bu durum, kredi büyümesindeki yavaşlama ve bankacılık sektöründe finansal istikrarın zayıflaması ile sonuçlanmıştır.

Karadima ve Louri (2020) çalışmalarında, ekonomik politika belirsizliğinin takipteki alacaklar üzerindeki etkisini incelemiştir. Bulgular, özellikle piyasa gücü yüksek olan bankalarda belirsizliğin, takipteki alacakların artmasına yol açtığını göstermektedir. Ekonomik belirsizlik arttıkça, bankaların kredi geri ödemelerinde zorluk yaşanmış ve bu da takipteki alacakların oranının yükselmesine sebep olmuştur.

Yu vd. (2022), yüksek EPU'nun banka kredileri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ve finansal istikrar için gerekli toplam yatırım miktarını azalttığını savunmaktadır. Ayrıca çalışmada ekonomik belirsizlik ile Çinli firmaların banka finansmanı arasında ters bir ilişki olduğu ve ekonomik belirsizliğin finansman maliyetlerini artırarak banka finansmanına olan talebi azalttığı sonucuna varmıştır.

Javid vd., (2023) çalışmalarında likidite yaratmanın karlılık ve istikrar üzerindeki etkisini, siyasi istikrarsızlığın düzenleyici rolünü ve Pakistan'ın genel bankacılık sektörü üzerindeki etki düzeyini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, likidite yaratımının karlılıkla negatif, bankacılık istikrarıyla ise pozitif bir ilişkide olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca siyasi istikrarsızlığın likidite yaratımı, karlılık ve Pakistan bankalarının istikrarıyla negatif bir ilişki gösterdiğini ortaya koymuştur.

Özili (2024) çalışmasında, bankaların kredi zarar karşılıklarının belirleyicilerini, kriz dışı yıllarda 2011-2018 yılları arasında 28 ülkede incelemiştir. Araştırma, küresel finansal kriz sonrası ve COVID-19 pandemisi öncesi dönemleri kapsamaktadır. Çalışma, Afrika, Avrupa ve Asya ülkelerindeki bankaları kapsamaktadır. Genel doğrusal model regresyonu ve kantil regresyon yöntemleri kullanılarak yapılan analizler sonucunda, kurumsal kalitenin bankaların kredi zarar karşılıkları üzerinde önemli bir belirleyici olduğu bulunmuştur. Güçlü kurumların varlığı, kriz dışı yıllarda kredi zarar karşılıklarının boyutunu azaltmaktadır. Bölgesel analizlerde, ekonomik büyümenin Afrika ve Asya ülkelerinde kredi zarar karşılıkları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir; bu bölgelerde ekonomik refah dönemlerinde kredi zarar karşılıkları artmaktadır. Asya ülkelerinde, banka genel giderleri de kredi zarar karşılıklarının önemli bir belirleyicisidir. Avrupa ülkelerinde ise kredi zarar karşılıklarının belirleyicileri anlamlı bulunmamıştır.

4.Yöntem

4.1. Veri

Konvansiyonel ve katılım bankacılığı açısından belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacaklara etkisinin incelendiği bu çalışmada 2005Q1-2024Q1 yılları arasında kapsayan dönemde çeyreklik veri kullanılarak quantile regresyon yöntemi ile panel veri analizi yapılmıştır.

- Konvansiyonel bankalara ait veriler TBB veritabanından derlenmiştir.
- Katılım bankalarına ait veriler TBB veritabanından derlenmiştir.

Bağımlı Değişken 1: Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler

Bağımlı Değişken 2: Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat

Bağımlı Değişken 3: Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı

Bağımlı Değişken 4: Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı

Bağımlı Değişken 5: Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat

Çalışmamızda 1.denklemden bağımsız değişken olarak kullanılan Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler ile bağımlı değişken olan Türkiye belirsizlik endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir. 2.denklemden bağımsız değişken olarak kullanılan Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat ile bağımlı değişken olan Türkiye belirsizlik endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir. 3.denklemden bağımsız değişken olarak kullanılan Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile bağımlı değişken olan Türkiye belirsizlik endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir. 4.denklemden bağımsız değişken olarak kullanılan Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile bağımlı değişken olan Türkiye belirsizlik endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir. 5.denklemden bağımsız değişken olarak kullanılan Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat ile bağımlı değişken olan Türkiye belirsizlik endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiştir.

4.2. Metodoloji

Araştırmada, bankaların değişkenlerine dayalı olarak kantil seviyelerini ve OLS (Ortalama En Küçük Kareler) regresyon katsayılarını gösteren tablolar sunulmaktadır. Bağımsız değişkenler hem katılım hem de konvansiyonel bankalar için ayrı ayrı analiz edilmiştir.

Türkiye’de faaliyet gösteren konvansiyonel bankalar ve katılım bankaları için gösterimi aşağıda yer alan modelden faydalanarak Türkiye belirsizlik endeksi değişkeninin bağımsız değişkenler üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Konvansiyonel bankalar için:

$$R_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i GF_{it} + \epsilon_t \quad (1)$$

Modelimizde “i” bağımsız değişkenleri etkileyen Türkiye belirsizlik endeksini ifade etmektedir. α_0 ve ϵ_t kesişme ve bozulmayı temsil eder. β_i , Türkiye’deki her bir konvansiyonel banka için Türkiye belirsizlik endeksinin i’inci bağımsız değişkene duyarlılığını gösterir.

Bahsi geçen amacı yerine getirmek için değişkenler şu şekilde tanımlanmaktadır:

R_t : t zamanında Türkiye’deki modele dahil edilen konvansiyonel bankalar için bağımsız değişken

GF_{it} : t zamanında konvansiyonel bankaları için i’inci Türkiye belirsizlik endeksine etkisi

Katılım bankaları için:

$$R_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i GF_{it} + \epsilon_t \quad (2)$$

Modelimizde “i” bağımsız değişkenleri etkileyen Türkiye belirsizlik endeksini ifade etmektedir. α_0 ve ϵ_t kesişme ve bozulmayı temsil eder. β_i , Türkiye’deki her bir katılım bankası için Türkiye belirsizlik endeksinin i’inci bağımsız değişkene duyarlılığını gösterir.

Bahsi geçen amacı yerine getirmek için değişkenler şu şekilde tanımlanmaktadır:

R_t : t zamanında Türkiye’deki modele dahil edilen katılım bankaları için bağımsız değişken

GF_{it} : t zamanında katılım bankaları için i’inci Türkiye belirsizlik endeksine etkisi

Sağlamlık kontrolünün yapılması için Wald testi uygulanmış ve dokuz quantil arasındaki parametre heterojenliği kontrol edilmiştir.

KONVENSİYONEL ve katılım bankacılığı açısından belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacaklara etkisinin incelendiği bu çalışmada 2005Q1-2024Q1 yılları arasında kapsayan dönemde çeyreklik veri kullanılarak X yöntemi ile panel veri analizi yapılmıştır.

4.3. Ekonometrik Analiz

Araştırmanın bu aşamasında, belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacaklara etkileri analiz edilecektir. Ayrıca katılımı ile konvansiyonel bankalar karşılaştırılacaktır.

Araştırma kapsamında ele alınan veriler, bankaların belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacakları etkileyen faktörlerin yanı sıra bu faktörlerin belirli bir ekonomik ortamdaki kantil seviyelerini anlamak için kullanılmaktadır. Belirsiz ortamında bankacılık mevduatlar, krediler ve takipteki krediler (NPLs) birçok değişkenden etkilenmektedir. Dolayısıyla, diğer tüm faktörler sabit tutulurken sadece bu verilerin etkileri dikkate alındığından, bu araştırmadaki verilerden kapsamlı bir analiz elde edilemez. Bu nedenle, incelenen verilerden geniş bir ekonomik sonuç çıkarmak yerine, daha kapsamlı bir araştırmaya girişmek ve değişkenler arasındaki bağlantıları incelemek uygun olacaktır.

4.3.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışma kapsamında kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

Variable	Mean	Max	Min	Std.Dev	Kurtosis	Skewness	Jarque-Bera
Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler							
Katılım	280,8268	1172,8199	3,0097	429,2862	0,9196	1,9078	14,6802
Konvansiyonel	3,5517	5,9646	1,6112	1,0094	0,4666	2,7090	3,0653
Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat							
Katılım	42,6773	91,1038	18,6384	20,4353	0,9348	2,4926	12,0416
Konvansiyonel	51,5536	75,5136	34,3689	9,4381	0,5955	3,2029	4,6829
Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı							
Katılım	40.494,7576	118.441,3959	43,5593	31.921,7575	0,2180	2,2247	2,5384
Konvansiyonel	219.482,459	1.478.827,420	31.528,0715	315.220,0229	2,5674	9,0493	202,0006
Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı							
Katılım	173.204	1.066.675	22.422	242.357	2,3535	7,7441	143,2907
Konvansiyonel	201.623,30	1.191.023,00	17.841,85	253.998,40	2,228673	7,569940	130,75
Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat							
Katılım	37,7580	93,3807	14,9615	24,6729	0,8971	2,0280	13,3594
Konvansiyonel	20,3959	29,5397	13,5186	4,7396	0,6045	2,0366	7,6678
Türkiye Belirsizlik Endeksi							
Katılım	0,3258	0,8878	0,0000	0,189	0,7606	3,2850	7,6852
Konvansiyonel	0,3258	0,8878	0,0000	0,189	0,7606	3,2850	7,6852

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Yukarıdaki tabloda Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler açısından bakıldığında, Katılım bankalarının ortalaması %280,8268 iken Konvansiyonel bankaların ortalaması %3,5517'dir. Katılım bankalarının Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler yüzdesi konvansiyonel bankalara göre daha yüksektir.

Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat açısından bakıldığında, Katılım bankalarının ortalaması %42,6773 iken Konvansiyonel bankaların ortalaması %51,5536'dır. Katılım bankalarının Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat yüzdesi konvansiyonel bankalara göre daha düşüktür.

Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı açısından bakıldığında, Katılım bankalarının ortalaması 40.494.757,6 TL iken Konvansiyonel bankaların ortalaması 219.482.459 TL'dir. Katılım bankalarının Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı konvansiyonel bankalara göre çok daha düşüktür. Konvansiyonel bankalar katılım bankalarına göre oldukça yüksektir.

Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı açısından bakıldığında, Katılım bankalarının ortalaması 173.204.000 TL iken Konvansiyonel bankaların ortalaması 201.623.300 TL'dir. Katılım bankalarının Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı konvansiyonel bankalara göre daha düşüktür.

Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat açısından bakıldığında, Katılım bankalarının ortalaması %37,7580 iken Konvansiyonel bankaların ortalaması %20,3959'dur. Katılım bankalarının Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat yüzdesi konvansiyonel bankalara göre daha yüksektir.

4.3.2. Değişkenlerin Yorumlanması

Çalışmada verilen tablolarda bankaların değişkenlerine göre quantile seviyeleri ve OLS (Ortalama En Küçük Kareler) regresyon katsayıları yer almaktadır. Bağımsız değişkenler hem katılım hem de konvansiyonel bankalar için ayrı ayrı ele alınmıştır.

Bu bölümde kullanılan tüm değişkenlere ilişkin verilerin logaritması alınmıştır ve o şekilde tüm analizler yapılmıştır.

Analizin anlamlılık düzeyini ölçerken beş farklı denklem denenmiş ve her denklem için farklı anlamlılık düzeyi elde edildiğinden hepsi çalışmaya dahil edilmiştir. 1. denklem için "Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler, Türkiye belirsizlik düzeyi", 2. denklem için "Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat, Türkiye belirsizlik düzeyi", 3. denklem için "Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı, Türkiye belirsizlik düzeyi", 4. denklem için "Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı, Türkiye belirsizlik düzeyi", 5. denklem için "Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduat, Türkiye belirsizlik düzeyi" değişkenleri kullanılmıştır.

Tablo 2'den Tablo 11'e kadar katılım bankaları ve konvansiyonel bankalarda beş farklı denklem grubunun OLS tahmininin ve niceliksel regresyonların sonuçları sunulmaktadır.

Tablo 2. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Mevduat Bankalarındaki Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Kredilere Etkisi (1.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	0.4334***	0.8608***	0.9433***	0.9224***	0.9435*	0.9846***	1.009***	1.089***	1.287***	0,9217 ***
	0.0061	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0,000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	0.3397***	0.1573**	0.1355**	0.1934***	0.2316***	0.2354***	0.2294***	0.2522***	0.2178	0,2342***
	0.0001	0.0117	0.0212	0.0006	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.1297	0,000

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 3. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Katılım Bankalarındaki Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Kredilere Etkisi (1.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	1.075**	1.104**	1.305**	1.384*	1.422*	1.622**	1.521*	6.758***	6.926***	2,8953
	0.0161	0.0432	0.0430	0.0561	0.0601	0.0265	0.0948	0.0000	0.0000	0,0000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	0.0706	0.0675	0.0102	-0.0052	0.0494	0.0438	1.831*	0.0177	-0.0404	0,1082
	0.8190	0.8587	0.9818	0.9916	0.9252	0.9311	0.0327	0.9845	0.9566	0,8135

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2’de görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 1. denklemde Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Kredilerde mevduat bankalarında pozitif ve anlamlı ilişki vardır ($p < 0.01$). Türkiye Belirsizlik Endeksi arttıkça Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler yüzdesi artmaktadır. Ülkede belirsizlik durumu arttıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı artmaktadır. Bu sonuç literatürde beklenenle uyumludur.

Mevduat bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, Q9 hariç diğer tüm dönemlerde pozitif ve anlamlıdır. Belirsizlik arttıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı artmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı azalmaktadır.

Tablo 3’te görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 1. denklemde Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Kredilerde katılım bankalarında pozitif ve anlamlı olmayan ilişki vardır ($p > 0.10$).

Katılım bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, sadece Q7 döneminde pozitif ve anlamlıdır. Belirsizlik arttıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı artmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı azalmaktadır.

Tablo 4. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Mevduat Bankalarındaki Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi (2.Denklem)

Değişken	Quartile Levels								
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
C	3.945***	4.014***	4.013***	4.022***	4.036***	4.007***	4.000***	4.117***	4.34
	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	0.1784***	0.1852***	0.1364***	0.1093**	0.1091**	-0.0358	-0.0071	-0.0448	0.1345**
	0.0001	0.0002	0.0013	0.0127	0.0170	0.4619	0.8682	0.3262	0.02

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 5. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Katılım Bankalarındaki Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi (2.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	3.581***	3.620***	3.627***	3.643***	3.686***	3.737***	3.778***	4.197***	4.488***	3,8616***
	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0,000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0.2815***	-0.2611***	-0.220321	-0.1660*	-0.1483	-0.1199	0.0303	-0.0096	-0.1104	-0,1602**
	0.0005	0.0031	0.0150	0.0862	0.1573	0.2946	0.8519	0.9560	0.4356	0,0443

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4'te görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 2. denklemde Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduata Etkisinde mevduat bankalarında negatif ve anlamlı ilişki vardır ($p<0.01$). Türkiye Belirsizlik Endeksi arttıkça Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduata Etki yüzdesi azalmaktadır. Ülkede belirsizlik durumu arttıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı azalmaktadır. Bu sonuç literatürde beklenenle uyumludur. Belirsizlik ortamında yatırımcılar Yüksek Montanlı (1 Milyon TL ve Üzeri) Mevduatlarını mevduat bankalarına yatırmaktan geri durmaktadır.

Mevduat bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, Q1-Q5 ve Q9 dönemlerinde negatif ve anlamlıdır ($p<0.05$). Belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı artmaktadır.

Tablo 5'te görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 2. denklemde Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduata Etkisinde katılım bankalarında negatif ve anlamlı ilişki vardır ($p<0.05$).

Katılım bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, Q1, Q2 ve Q4 dönemlerinde negatif ve anlamlıdır ($p<0.05$). Belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı artmaktadır.

Tablo 6. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Mevduat Bankalarındaki Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısına Etkisi (3.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	1.128***	1.156***	1.162***	1.162***	1.177***	1.205***	1.203***	1.333***	1.430***	12,2391***
	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0,000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0.4035***	-0.4950***	-0.4393**	-0.3852*	-0.3543*	-0.4307**	0.0430	-0.4755	-0.7386**	-0,4149**
	0.0071	0.0052	0.0214	0.0625	0.0995	0.0488	0.8862	0.4167	0.0275	0,0198

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 7. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Katılım Bankalarındaki Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısına Etkisi (3.Denklem)

Değişken	Quartile Levels							
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
C	5,8850***	8,1120***	11,4451***	11,1777***	11,26***	11,4446***	11,3367***	11,412***
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0,4126	-1,3328	-1,9993*	-0,4798	-0,4439	-0,499	-0,3198	-0,3034
	0.6362	0.2231	0.0186	0.3343	0.3869	0.3096	0.4609	0.4067

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 6’da görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 3. denklemde Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısına Etkisinde mevduat bankalarında negatif ve anlamlı ilişki vardır ($p < 0.05$). Türkiye Belirsizlik Endeksi arttıkça Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısına Etki yüzdesi azalmaktadır. Ülkede belirsizlik durumu arttıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı azalmaktadır. Bu sonuç literatürde beklenenle uyumludur.

Mevduat bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, Q1-Q6 ve Q9 dönemlerinde negatif ve anlamlıdır ($p < 0.05$). Belirsizlik arttıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı artmaktadır.

Tablo 7’de görüldüğü üzere, OLS tahmin sonuçlarına göre 3. denklemde Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısına Etkinde katılım bankalarında negatif ve anlamlı olmayan ilişki vardır ($p > 0.10$).

Katılım bankalarında Türkiye Belirsizlik Endeksi, sadece Q3 döneminde negatif ve anlamlıdır ($p < 0.05$). Belirsizlik arttıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı artmaktadır.

Tablo 8. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Mevduat Bankalarındaki Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısına (Bin TL) Etkisi (4.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	0,6433 (0,6428)	2,3618 (0,044)	3,3429*** (0,000)	3,7637*** (0,000)	3,2523*** (0,000)	3,6554*** (0,000)	3,8833*** (0,000)	4,9095*** (0,000)	4,7944*** (0,000)	12,3426*** (0,000)
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0,0073 (0,9473)	-0,1326 (0,1384)	-0,1979*** (0,005)	-0,2267*** (0,001)	-0,1733*** (0,009)	-0,2009*** (0,001)	-0,2108*** (0,001)	-0,2680*** (0,001)	-0,2404** (0,027)	-0,5462*** (0,0037)

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 9. Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyinin Katılım Bankalarındaki Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısına (Bin TL) Etkisi (4.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	11.255***	11.345***	11.416***	11.406***	11.561***	11.607***	11.635***	13.169***	14.011***	11.5617***
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0,5051***	-0,4702***	-0,4402**	-0,3421*	-0,3868*	-0,2398	0,06	-0,5084	-0,6951**	-0,4159**
	0.000	0.004	0.018	0.093	0.069	0.288	0.823	0.394	0.043	0,0194

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 8’de görüldüğü üzere, mevduat Bankalarındaki Q3'ten Q9'a kadar olan dönemde Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($p<0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da artmaktadır. OLS tahmin değeri için Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı oranı ile Belirsizlik endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır ($p<0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır.

Tablo 9’da görüldüğü üzere, katılım Bankalarındaki Q1-Q5 ve Q9 dönemlerinde Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($p<0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da artmaktadır. OLS tahmin değeri için Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı oranı ile Belirsizlik endeksi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır ($p<0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır.

Tablo 10. Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyinin Mevduat Bankalarındaki Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi (5.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	2.821***	2.905***	2.945***	2.960***	2.966***	3.045***	3.056***	3.276***	3.288***	3,0306***
	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0,000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0.0686	-0.0843*	-0.0722	-0.0516	-0.0249	-0.0250	0.0380	-0.0139	0.0296	-0,0277
	0.1252	0.0749	0.1327	0.3255	0.6718	0.7182	0.6072	0.8792	0.6829	0,4899

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 11. Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyinin Katılım Bankalarındaki Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi (5.Denklem)

Değişken	Quartile Levels									OLS
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	
C	3.113***	3.167***	3.225***	3.262***	3.395***	3.458***	3.332***	4.227***	4.275***	3,5298***
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0,000
Türkiye Belirsizlik Endeksi	-0,1608**	-0,1386	-0,1436	-0,1144	-0,1531	-0,1705	0,3432*	0,0334	0,0295	-0,0581
	0.0485	0.1415	0.1889	0.3460	0.2369	0.1799	0.0936	0.8778	0.8663	0,5853

*** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılıkları göstermektedir.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 10’da görüldüğü üzere, mevduat Bankalarındaki sadece Q2 döneminde Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($p < 0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da artmaktadır. OLS tahmin değeri için Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı ile Belirsizlik endeksi arasında negatif ve anlamlı olmayan bir ilişki vardır ($p > 0.10$).

Tablo 11’de görüldüğü üzere, katılım Bankalarındaki sadece Q7 döneminde Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($p < 0.05$). Ülkedeki belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da artmaktadır. OLS tahmin değeri için Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı ile Belirsizlik endeksi arasında negatif ve anlamlı olmayan bir ilişki vardır ($p > 0.10$).

Sonuç

Çalışmanın sonuçlarını değerlendirdiğimizde konvansiyonel ve katılım bankacılığı açısından belirsizlik ortamında takipteki alacaklar, yüksek montanlı mevduat, toplam mevduat, krediler ve vadesiz mevduat açısından aynı sonuçları verdiğini gözlemledik. Bu durum bankacılıkta belirsizlik ortamının banka gruplarına göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Bankacılık için önemli olan temel göstergeler (kredi, mevduat vb) belirsizlik ortamında benzer şekilde etkilenmektedir.

Aslına bakacak olursak konvansiyonel bankacılık ile katılım bankacılığının ilkesel olarak bankacılığa bakış açısı farklıdır. Ancak burada iş yapış şekillerinin farklı yapılması belirsizlik halinde farklı sonuçları ortaya çıkarmamaktadır. Bankacılığın temelinde mevduat ve kredi bulunmaktadır. Bu yüzden ilk bakışta sonuçların katılım bankacılığı için farklı konvansiyonel bankacılık için farklı çıkacağını düşünebiliriz. Ağırlık olarak baktığımızda konvansiyonel bankacılıkta kredinin ya da mevduatın daha fazla ağırlığa sahip olduğunu görmekteyiz. Katılım bankacılığı açısından baktığımızda işlemler daha çok menkul kıymet ağırlıklı yapımakta ancak bu durum belirsizlik ortamında temel göstergelerin (kredi, mevduat vb) katılım bankacılığı olduğu için etkilenmeyeceği anlamına gelmemektedir.

Konvansiyonel ve katılım bankacılığı açısından belirsizlik ortamının mevduat, kredi ve takipteki alacaklara etkisinin incelendiği bu çalışmanın analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

Mevduat bankalarında Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı artmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı azalmaktadır.

Katılım bankalarında Takipteki Alacaklar (Brüt) / Toplam Nakdi Krediler ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında pozitif ve anlamlı olmayan ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı artmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Nakdi Krediler içindeki Takipteki Alacakların oranı azalmaktadır.

Mevduat bankalarında Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı artmaktadır.

Katılım bankalarında Yüksek Montanlı Mevduat / Toplam Mevduat ile Türkiye’deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat

içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Yüksek Montanlı Mevduat oranı artmaktadır.

Mevduat bankalarında Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı artmaktadır.

Katılım bankalarında Toplam Mevduat / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı olmayan ilişki vardır. Belirsizlik arttıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı azalmakta, Belirsizlik azaldıkça Ortalama Toplam Şube Sayısına düşen Toplam Mevduat oranı artmaktadır.

Mevduat Bankalarında Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da artmaktadır. Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır.

Katılım Bankalarındaki Krediler / Ortalama Toplam Şube Sayısı ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ülkedeki belirsizlik arttıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Krediler/ Ortalama Toplam Şube Sayısı da artmaktadır.

Mevduat Bankalarındaki Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ülkedeki belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da artmaktadır.

Katılım Bankalarındaki Vadesiz Mevduat / Toplam Mevduata Etkisi ile Türkiye'deki Belirsizlik Düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ülkedeki belirsizlik arttıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da azalmaktadır. Ülkedeki belirsizlik azaldıkça Toplam Mevduat içindeki Vadesiz Mevduat oranı da artmaktadır.

Bu sonuçlar, ekonomik belirsizliğin hem geleneksel hem de katılım bankalarının kredi risk yönetimini ve mevduat yapılarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Bulgular, bankaların belirsiz ekonomik koşullar sırasında artan kredi riski ve mevduat sahibi davranışlarında değişikliklerle karşılaşma eğiliminde olduğunu vurgulayan mevcut literatürle uyumludur. Bu çalışma, geleneksel ve katılım bankalarının ekonomik belirsizliğe karşı farklı tepkilerine ilişkin değerli içgörüler sunarak, belirsizliğin bankacılık sektörünün istikrarını ve performansını nasıl etkilediğine dair daha geniş bir anlayışa katkıda bulunmaktadır. Analiz, belirsiz ortamlarda bankaların finansal istikrar üzerindeki olumsuz etkileri azaltmak için sağlam risk yönetimi uygulamalarının ve uyarlanabilir stratejilerin önemini vurgulamaktadır.

Bu bulgular göz önüne alındığında, bankaların ve politika yapıcıların belirsizliğin etkilerini azaltmak için stratejiler geliştirmeleri elzemdir. Risk yönetimi uygulamalarını güçlendirmek, borçlular arasında finansal okuryazarlığı artırmak ve sağlam bir düzenleyici çerçeve sürdürmek, ekonomik belirsizliğin finans sektörü üzerindeki etkisini hafifletmeye yardımcı olabilir. Ek olarak, bankaların varlık portföylerini çeşitlendirmek ve finans sektöründeki yönetim kalitesini iyileştirmek de mevduat, kredi ve NPL'ler üzerindeki belirsizliğin olumsuz etkilerine karşı bir tampon sağlayabilir (Ozili, 2024).

Çalışmanın daha da detaylandırılabilmesi açısından belirsizliğin yerli özel banka, yabancı özel banka, kamu bankaları açısından da değerlendirilmesi literatüre katkı sağlayabilir. Yabancı kaynaklı ya da devlet destekli bankaların belirsizlik karşısındaki etkileri farklı olabilir.

KAYNAKÇA

- Abadie, A., Angrist, J. & Imbens, G., (2002), Instrumental Variables Estimates of the Effect of Subsidized Training on the Quantiles of Trainee Earnings. *Econometrica*, 70(1): 91-117.
- Bordo, M. D., Duca, J. V., & Koch, C. (2016). Economic policy uncertainty and the credit channel: Aggregate and bank level US evidence over several decades. *Journal of Financial Stability*, 26, 90-106.
- Cui, X., Wang, C., Liao, J., Fang, Z., & Cheng, F. (2021). Economic policy uncertainty exposure and corporate innovation investment: Evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 67, 101533.
- European Central Bank (ECB) (2020). Economic Bulletin, <https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/html/eb202006.en.html>
- Fox, J. (1997). Applied regression analysis, linear models, and related methods.
- Hu, L., & Gong, Q. (2019). Economic policy uncertainty, market structure, and bank credit. *Journal of Financial Services Research*, 55(1), 123-144.
- Hu, S., & Gong, D. (2019). Economic policy uncertainty, prudential regulation and bank lending. *Finance Research Letters*, 29, 373-378.
- Javid, M., Chandia, K. E., Zaman, Q. U., & Akhter, W. (2023). Examining the effect of liquidity creation on banking profitability and stability: moderating role of political instability. *Kybernetes*, 52(10), 4061-4080.
- Karadima, M., & Louri, H. (2021). Economic policy uncertainty and non-performing loans: The moderating role of bank concentration. *Finance Research Letters*, 38, 101458.
- Mohebbi, M., Nourijelyani, K., & Zeraati, H. (2007). A simulation study on robust alternatives of least squares regression. *Journal of Applied Sciences*, 7(22), 3469-3476.
- Neter, J., Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., & Wasserman, W. (1996). Applied linear statistical models., Irwin, USA.
- Ortiz, M. C., Sarabia, L. A., & Herrero, A. (2006). Robust regression techniques: A useful alternative for the detection of outlier data in chemical analysis. *Talanta*, 70(3), 499-512.
- Ozili, P. K. (2024). Bank Loan Loss Provision Determinants in Non-Crisis Years: Evidence from African, European, and Asian Countries. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(3), 115.
- Phan, D. H. B., Iyke, B. N., Sharma, S. S., & Affandi, Y. (2021). Economic policy uncertainty and financial stability—Is there a relation?. *Economic Modelling*, 94, 1018-1029.
- Roe, M., & Siegel, J., (2011). Political Instability: Its Effects on Financial Development, Its Roots in the Severity of Economic Inequality, *Journal of Comparative Economics* 39(3):279-309.
- Türkiş, C., (2015), Sağlık Analizinde Kantil Regresyon ve Parametrik Regresyon Modellerinin Performanslarının Karşılaştırması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- Wilcox, R. R. (2011). Introduction to Robust estimation and Hypothesis Testing. Academic Press. San Diego.

Yu, H., Lv, W., Liu, H., & Wang, J. (2022). Economic policy uncertainty and corporate bank credits: evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 58(11), 3023-3033.



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersi.com | Economic and Administrative Academic Research

TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİNİN GÜNCEL DURUMU VE SON 15 YILDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ*

Gökçen Hatice YAPRAK^a, Zafer YILDIZ^b

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 20/09/2024

Accepted : 10/10/2024

Keywords:

Health, Health tourism,
Bibliometric Analysis

ABSTRACT

Turkey stands out as a significant destination for Health tourism globally. With its strategic location, affordable treatment options, high-quality healthcare services and modern medical infrastructure, Turkey is an attractive choice for both domestic and international patients.

The fact that Health tourism has reached remarkable levels in terms of generating income among tourism types creates a tendency for all countries to invest in this field. The contribution of health tourism to the Turkish economy is steadily increasing, and investments and improvements in this field are ongoing. Bibliometric analysis of the research conducted shows a notable rise in the number of scientific studies on health tourism in Turkey in recent years. These studies generally focus on the quality of healthcare services, patient satisfaction, economic impacts, and health tourism policies. Bibliometric analyses highlight the growth of academic literature in this field and Turkey's efforts to enhance its global competitiveness in health tourism.

In conclusion, the development of Turkey's health tourism sector and the increase in related research indicate that the country holds a strong position in the health tourism market and is poised to further solidify its role in the future.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 64-74

CURRENT SITUATION OF HEALTH TOURISM IN TURKEY AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES CONDUCTED IN THE LAST 15 YEARS

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 20/09/2024

Kabul : 10/10/2024

Anahtar Kelimeler:

Sağlık, Sağlık Turizmi,
Bibliyometrik Analiz

ÖZ

Türkiye, sağlık turizmi açısından dünya genelinde önemli bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Coğrafi konumu, uygun maliyetli tedavi seçenekleri, yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve modern tıbbi altyapısı ile Türkiye hem yerli hem de yabancı hastalar için cazip bir seçenektir.

Sağlık turizminin, turizm çeşitleri içinde gelir getirmesi bakımından dikkat çekecek seviyelere ulaşması, tüm ülkelerde bu alana yatırım yapılması yönünde bir eğilim yaratmaktadır. Sağlık turizminin Türkiye ekonomisine olan katkısı giderek artmakta olup, bu alandaki yatırımlar ve iyileştirmeler de sürekli devam etmektedir.

Yapılan araştırmaların bibliyometrik analizine bakıldığında, Türkiye'de sağlık turizmi üzerine gerçekleştirilen bilimsel çalışmaların sayısında son yıllarda belirgin bir artış gözlenmektedir. Bu araştırmalar, genellikle sağlık hizmetlerinin kalitesi, hasta memnuniyeti, ekonomik etkiler ve sağlık turizmi politikaları gibi konulara odaklanmaktadır. Bibliyometrik analizler, bu alandaki akademik literatürün büyümesini ve Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki küresel rekabet gücünü artırma çabalarını ortaya koymaktadır. Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki gelişimi ve bu konudaki araştırmaların artışı, ülkenin sağlık turizmi pazarında güçlü bir konuma sahip olduğunu ve gelecekte de bu alandaki rolünü daha da pekiştireceğini göstermektedir.

* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Zafer Yıldız danışmanlığında hazırlanan "Gökçen Hatice Yaprak'ın "Türkiye'de Sağlık Turizminin Güncel Durumu Ve Son 15 Yılda Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi" başlıklı Yüksek Lisans Tezinden Üretilmiştir.

^a ghg.yaprak@gmail.com <https://orcid.org/0000-0001-5157-730X>

^b zafer.yildiz@cumhuriyet.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-9136-5034>

GİRİŞ

Ülkelere, ziyaret maksadıyla seyahat gerçekleştiren kişiler için sunulan ve sağlığı içine alan bütün hizmetleri ifade eden, uluslar arası niteliği olan kavrama sağlık turizmi adı verilirken, söz konusu turizm çeşidine ilgi gösteren turist sayısının çoğalması, finansal açıdan ülkelere destek sağlamaktadır denilebilir (Sözeri, 2020, s. 15). Dünya genelinde geride bıraktığımız 10 sene içinde sağlık hizmeti alabilmek amacıyla, ikamet ettikleri ülkelerden başka ülkelere seyahat eden kişilerin sayısının arttığı gözlemlenmektedir. Bu durumun sonucu olarak 2010 senesinden sonra, söz konusu amacı gerçekleştirmek için oluşan durumun finansal büyüklüğünün 60 milyar dolar seviyelerinde olmasıyla, söz konusu turizm çeşidinin bütün ülkelerin ilgisini çeken bir kazanç kapısı olarak görülmeye başlanması, sağlık turizmini çekici hale getiren bir gerçektir..

Sağlık turizmine olan talebin artma nedenlerini; sağlık sigortası tarafından karşılanmayan bazı hizmetlerden faydalanma isteği, sağlık sigortalarının karşıladığı fakat, hizmeti alabilme noktasında beklenen sürenin uzunluğu ve maliyetlerin yüksek olmasından duyulan raatsızlık şeklinde sıralayabiliriz (Karababa, 2017, s. 68).

Bu makalenin amacı; Türkiye’de sağlık turizminin yerini, önemini ve son 15 yılda, bu alanda yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini incelemek olup, 2008-2023 yılları arasında Türkiye geneli sağlık turizmi ile ilgili yayınlanan çalışmalara yönelik bilgileri ortaya koyarak, alanyazına katkı sağlaması bakımından değerlendirildiğinde önem teşkil edeceği düşünülmektedir.

1. Sağlık Turizmi

1.1. Sağlık Turizmi Tanımı

Literatürde sağlık turizmi kavramı; hacim ve popülerite bakımından yükselme göstermesiyle birlikte, araştırmalara da yoğun şekilde konu edilmeye başlanmıştır. Böylelikle, kavramsal açıdan konuyu ele alan araştırmacıların, ortak paydada bulunduğu genel bir ifade bulunmamaktadır. Ancak yapılan tanımlar genel olarak incelendiği takdirde, sağlık turizmi; sağlığın koruma altına alınması veya iyileştirilme sürecine dönük çıkılan seyahatler olarak değerlendirilebilir (Ağaoğlu, Karagöz, & Zabun, 2019, s. 2).

1.2. Sağlık Turizmi Çeşitleri

1.2.1. Medikal Turizm

Medikal turizm, son 25 yılda hızlı gelişim gösteren bir sağlık turizmi çeşididir ve kendini hasta hisseden kişilerin medikal tedavi maksadıyla yabancı ülkelerdeki sağlık kuruluşlarına seyahat etmesi olarak ifade edilir (Tonga & Bahadır, 2019).

1.2.2. Termal Turizm

Termal turizmi 18-20 dereceden daha sıcak ve mineral bakımından zengin jeotermal suların tedavi, eğlence, dinlenme ve arınma amaçlı kullanımı olarak tanımlamak mümkündür (CİHANGİR, 2016’dan Akt.; DORUK, 2019).

1.2.3. Geriatri Turizm (Üçüncü Yaş Turizmi)

Geriatri turizmi; başka bir ismiyle ileri yaş turizmini ifade eder. 65 yaşını aşmış bir ya da daha fazla kronik rahatsızlığı bulunan, bakım görmeye ihtiyaç duyan kişileri kapsamaktadır (Ataman, Esen, & Vatan, 2017’den Akt.; Bayar, 2019, s.6).

2. Türkiye’de Sağlık Turizmi

2.1. Türkiye’de Sağlık Turizmi Güncel Durumu

Sağlık turizmi, globalleşmenin hızlanmasıyla birlikte hizmet sektöründe önem teşkil eden bir yere sahip olmuştur. Bu durumla birlikte sağlık turizmi başka kesimlerle etkileşime girmiştir. Sağlık turizminin bu bakımdan, ülkelerin ekonomilerine yadsınamayacak oranda katkı sağlaması gerekçesiyle bir gelir kapısı olarak adlandırılmaktadır. Buna bağlı olarak, sağlık sebebiyle ülke içi ya da ülkeler arası çıkılan seyahatleri temsil eden sağlık turizmine ilgi artmıştır. Türkiye’nin ise sağlık turizmi dalında kayda değer gelişim sağlaması ve sağlık turizmi sektörünün hızla ilerleme potansiyeli, ülkenin ekonomisini etkileyecek kadar önemli sayılmaktadır (Çetin, 2022, s. 638). Türkiye’de sağlık turizmi kalite açısından değerlendirildiğinde, günümüzde sağlık turizmi faaliyetleri adına, en göze çarpan destinasyonlar içinde gösterilmektedir. Her şehre belirli niteliklere sahip kamu hastane ve kurumları inşa edilmiştir. Bununla birlikte, özel sektörde de sağlık adına atılım gerçekleştirilmiştir.

Türkiye dünya genelinde yabancı dile hâkim, eğitim almış sağlık çalışanları, yerli olmayan doktorları da bünyesinde çalıştırmak bakımından, elinde olanakları olan ve Avrupa’daki ülkelerle mukayese edilebilir, Joint Commission International (JCI) ile akredite edilmiş, muadillerine göre daha cazip fiyatlarla sağlık hizmetleri vermektedir (Topuz, 2012’den Akt.; Soysal, 2017, s.179).

2.2. Türkiye’de Sağlık Turizminin Uluslararası Anlamda Öne Çıktığı Alanlar

Medikal turizm kapsamında değerlendirildiğinde, ülkemizin önemli özellikleri aşağıda sıralanmıştır;

- 1- Sahip olunan uzman doktorlar ve sağlık çalışanları,
- 2- Otel rahatlığında hizmetler verebilen, uluslararası anlamda akreditasyon belgesi sahibi ve tıbbi açıdan teknolojisi üst seviyelerde olan hastaneler ile kalite bakımından konforlu hizmet vermesi.
- 3- Ulaşım bakımından dünyanın her yerinden kolaylıkla ulaşımın sağlanabiliyor olması.
- 4- Sağlık hizmetlerinin haricinde tatil olanakları sunuyor olması (Buzcu & Birdir, 2019’dan Akt. Temizkan & Temizkan, 2020, s.285)

Ülkemizi, sağlık hizmeti almak için ziyaret eden turistlerin en çok rağbet gösterdikleri sağlık hizmetlerinin neler olduğu aşağıda sıralanmıştır. şu şekilde sıralanabilir (Heper, 2021, s. 146).

- Plastik cerrahi
- Doğurganlık ve kısırlık
- Genel ve estetik diş hekimliği
- Güzellik merkezleri
- Göz sağlığı
- Obezite ve bariatrik cerrahi
- Böbrek diyalizi
- Kök hücre nakilleri
- Uyku bozuklukları
- Sedef hastalığı tedavisi

Bu hizmetlerin yanında, başka ülkelerden sağlık hizmeti almak amacıyla ülkemizi ziyaret eden turistler, ülkemizde göz, ortopedi, kadın hastalıkları doğum ve saç ekimi gibi cerrahi estetik birimlerini tercih ederler. 5 sene içinde ülkemize sağlık turizm faaliyeti gerçekleştirmek için gelen kişilerin sayıları ve elde edilen turizm kazançları aşağıdaki şekildedir (Ushaş, 2023).

	2018	2019	2020	2021	2022
Gelen Sağlık turisti Sayısı	594.851	701.046	407.423	670.730	1.258,382
Yıllık Sağlık Turizmi Gelirleri (Bin USD)	\$ 863,307	\$ 1,412,438	\$ 1,164,739	\$ 1,726,793	\$ 2,119,059

2.3. Türkiye'nin Sağlık Turizmi Faaliyetlerinde Tercih Edilme Sebepleri

Sağlık turizm potansiyeli bakımından ülkemizin avantajlı özellikleri aşağıda maddeler halinde verilmiştir (Tengilimoğlu, 2021, s. 3).

- Hastanelerdeki alt-yapı ve donanımın kalitesinin üst düzeyde olması,
- Doktorlar ve hizmet sağlayıcıların eğitimlerinin ve deneyimlerinin seviye bakımından batıdaki ülkelerle aynı standarda sahip olması,
- Coğrafi konumu bakımından avantaj sağlaması ve geleneksel turizm çekiciliği (doğal ve tarihi) ve iklim koşulları bakımından dönemsiz turizm ile sınırlı olmayışı,
- Ulaşımının kolay olması, 4 saatlik bir uçuş ile 1,5 milyarlık nüfusun yakınında olması ve THY 'nin yoğun uçuş seferleri (120'den fazla ülkeye, 299 şehir ve 302 havalimanına uçuş imkânı),
- Turizm tesislerindeki hizmetlerin üst düzey standartlara yükselmiş olması,
- Çok sayıdaki sağlık kuruluşunun akredite edilmiş durumda olması,

3. Türkiye'de Sağlık Turizmi Alanında Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi

Belli bir alanda yapılan araştırmanın, kalite değerlemesine ve söz konusu alandaki terimlerin değerlendirilip, ilgili eğilimlerin ifade edilmesine olanak sağlayan çalışmalar bibliyometrik çalışma şeklinde ifade edilir (Güzeller & Çeliker, 2016'dan Akt.; Akın, 2021, s. 2028).

Çalışmada 2009-2023 yılları içerisinde, yani son 15 yıl içinde Türkiye'de genel olarak sağlık turizmi konusunda yayınlanmış makale, tez, kitap bölümü vb. bilimsel araştırmaların bibliyometrik analizi yapılmıştır.

3.1. Verilerin Oluşturulması

Araştırma için verilerin toplanması aşamasında Google Akademik indeksi üzerinde çalışılmıştır. Toplanan verilerin 2009-2023 arasında yani son 15 yılı kapsıyor olmasına dikkat edilmiştir. Çalışmada Yüksek Lisans Tezleri, makaleler, kitap veya kitap bölümleri, kongre ve konferanslardan faydalanılmış olup, yazarları türk olan çalışmalar dahil edilmiştir. Toplanan verilere göre elde edilen bulgular grafiklerde gösterilmiştir.

Bu bağlamda; 8 Yüksek Lisans Tezi, 1 Doktora Tezi, 71 Makale, 2 Kitap ve 3 diğer(kongre ya da konferans yazısı) olacak şekilde toplamda 95 çalışma analiz edilmiştir. Analiz sonuçları grafiksel olarak verilmiştir.

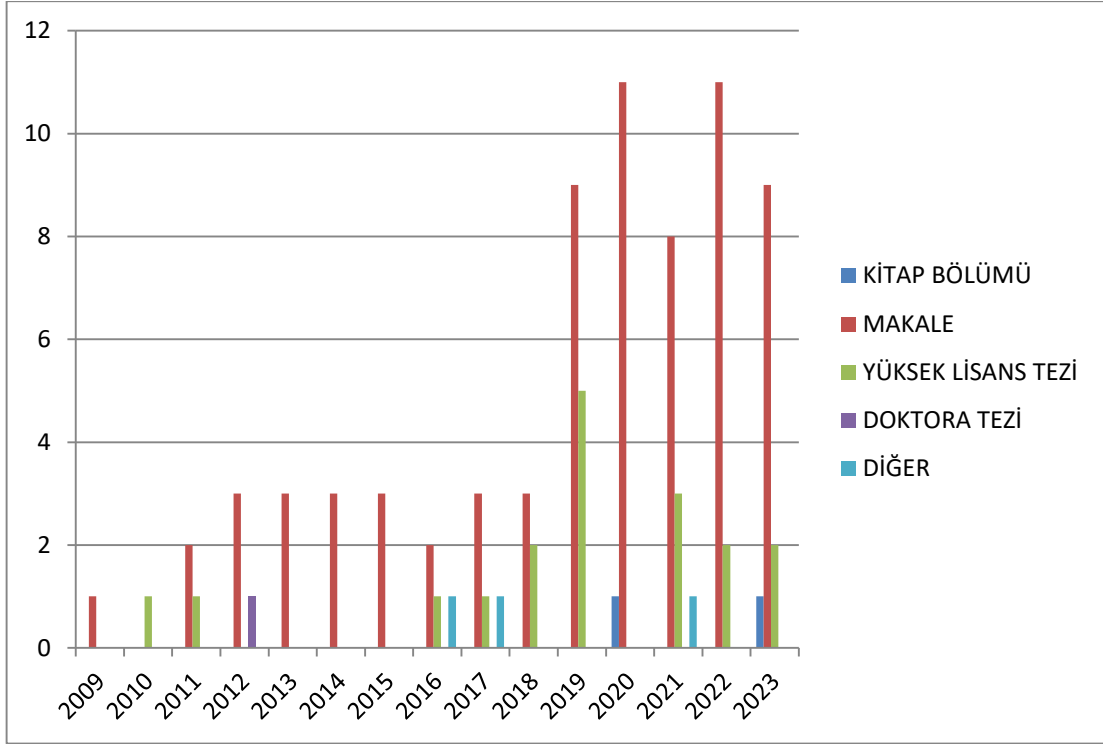
3.2. Analiz

Literatürde bir karar problemine birden fazla yöntem uygulanan birçok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmaların birçoğunda birden fazla yöntemden elde edilen sıralama sonuçları karşılaştırılabilir (Arslan, 2018, s. 111). Toplanan veriler dahilinde, ilgili çalışmalarda alınan atıfların yıllara göre dağılımı, yazar sayıları, yazım türlerinin yıllara göre dağılımları, analiz edilen verilerde işlenen konuların belli başlıklar altında toplanarak listelenmesi yapılarak incelemeye alınmıştır.

3.3. Bulgular

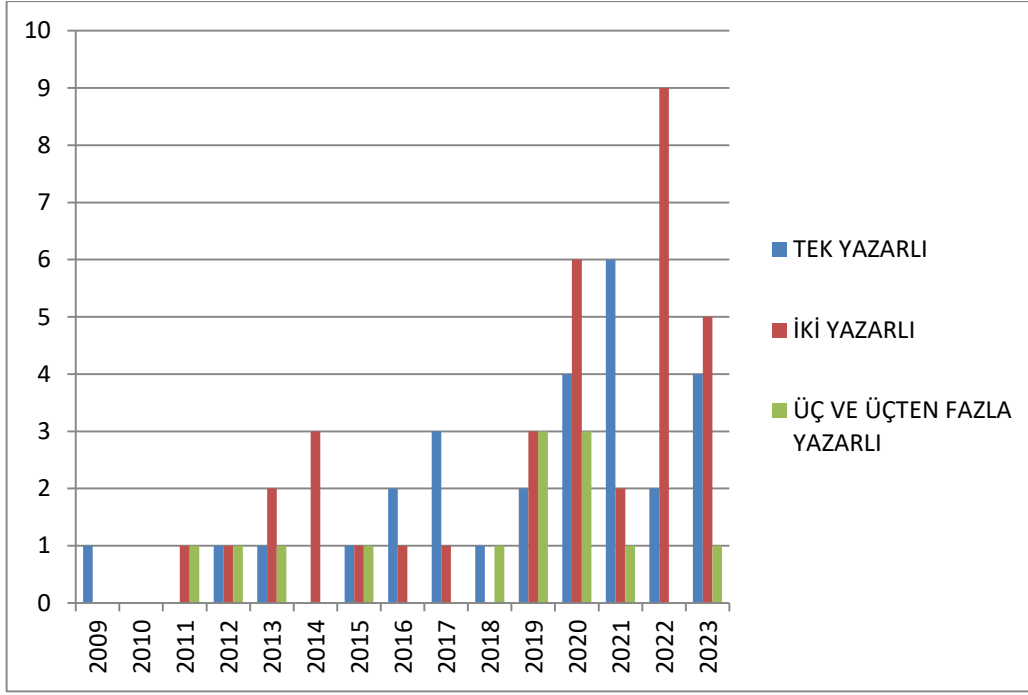
Yayın istatistiklerinin yıllara göre dağılımı Şekil 1’de verilmiştir. Grafik incelendiğinde sağlık turizmi alanında yayınlanan çalışmaların 2009 ve 2010 yıllarından sonra artarken bu artış seviyesi 2018 yılına kadar belirli bir oranda olurken, 2018 yılından sonra yapılan araştırmaların sayısındaki artışın dikkat çekici olduğu söylenebilir. Bu durum ülkemizde sağlık turizmine verilen önemin de arttığına dair bir kanıt niteliği taşıyabilir. Çünkü sağlık turizminin ülkelere gelir kazandırabilme potansiyelinin gücünü, her geçen gün ülkeler daha çok farketmektedirler. Dolayısıyla ülkemizde sağlık turizmine önem verilmesi, ilgili turizm çeşidinin, üzerine araştırmalar yapılması çabasına değer görüldüğünü ifade etmektedir diyebiliriz.

Şekil 1’de 2009-2023 yılları arasında üzerinde çalışılan 95 yayının türlerine göre dağılımı sunulmuştur. Yayımlanan çalışmalar arasında çoğunluğun makale yazıları olduğu ortaya çıkarken bunu yüksek lisans tezleri takip etmiştir.



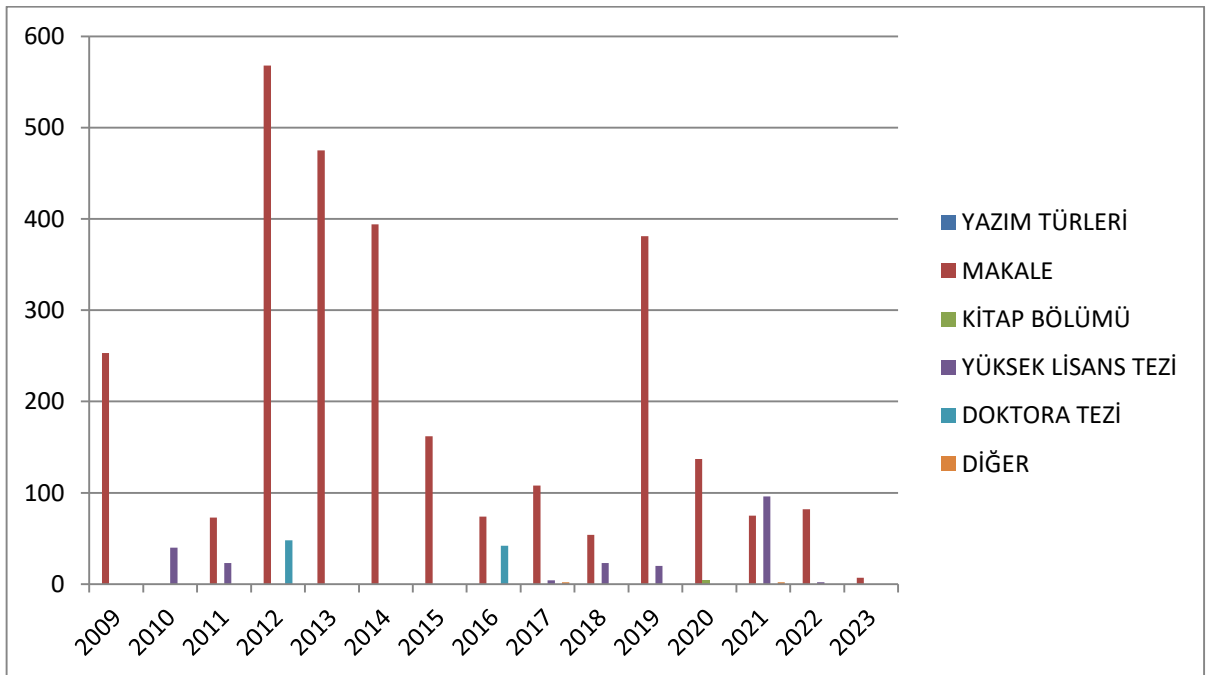
Şekil 1. Yıllara Göre Yayın Türlerinin Dağılımı

Şekil 2’de, çalışmaya dâhil edilen akademik yayınların yazar sayılarının yıllara göre dağılımı verilmiştir. Makale, kitap ve diğer (konferans, kongre) yazılar üzerinde gerçekleştirilen bu analiz; tek yazar, iki yazar ve 3 ya da daha fazla yazar şeklinde bölümlendirilmiştir. Grafik verileri doğrultusunda, geçtiğimiz 15 yıl içinde yayımlanan söz konusu çalışmaların ışığında, tek yazarlı çalışmaların, toplam çalışmaların %36’sını, iki yazarlı çalışmaların toplam çalışma sayısının % 46’sını ve 3 ve 3 ten fazla yazarlı çalışmaların ise % 17’yi oluşturduğu saptanmıştır.



Şekil 2. Yazar Sayılarına Göre, Bildiri, Makale ve Kitap Bölümü Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 3'te, söz konusu araştırma yazılarının aldığı atıf sayıları yıl bazında ele alınmıştır. Yazım türlerine göre ayrılarak analiz edilmiştir. Veriler ışığında en çok atıf alan yazım türünün makale yazıları olduğu saptanmıştır denilebilir. Yıllara göre dağılım incelendiğinde ise 2009-2012-2013-2014 ve 2019 yıllarındaki atıf sayısının çokluğu göze çarpar niteliktedir. Sağlık turizmi üzerine yapılan çalışmaların sayısının 2010 yılından bu yana artarak devam etmiştir. Bu durumda sonuç olarak atıf sayılarında artış yaşanmasına olanak sağlamıştır.

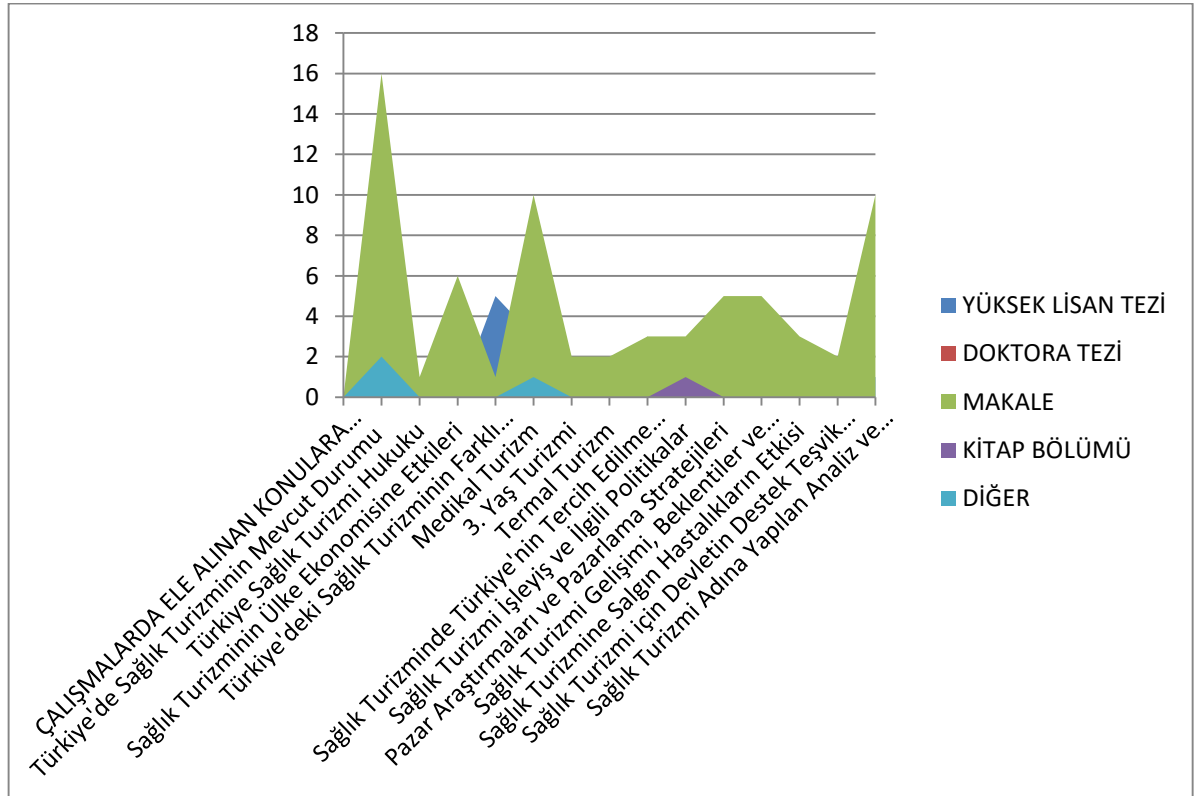


Şekil 3. Yayımlanan Çalışmaların Alıntılanma Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı

Toplanan veriler doğrultusunda söz konusu analize konu olan çalışmaların konularının neler olduğu belli başlıklar altında toplanmaya çalışılmış olup, toplamda 16 başlık hazırlanmıştır. Bu başlıklar;

- Türkiye'de sağlık turizminin mevcut durumu ve tanıtımı,
- Türkiye sağlık turizmi hukuku, sağlık turizminin ülke ekonomisine etkileri,
- Türkiye'deki sağlık turizminin farklı ülkelerle karşılaştırılması,
- Medikal turizm,
- İleri Yaş turizmi,
- Termal turizm,
- Sağlık turizminde Türkiye'nin tercih edilme sebepleri,
- Sağlık turizmi işleyiş ve ilgili politikalar,
- Pazar araştırmaları ve pazarlama stratejileri,
- Sağlık turizmine salgın hastalıkların etkisi,
- Sağlık turizmi için devletin destek teşvik vergi ve usuller,
- Sağlık turizmi adına yapılan analiz ve uygulamalar

şeklinde sıralanmış olup, başlıklara göre çalışmaların dağılımı aşağıda Şekil 4'te verilmiştir. Analize göre; Türkiye'de sağlık turizminin mevcut durumu ve tanıtımı başlığına uygun olarak yapılan çalışma sayısının en fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra medikal turizm üzerine yapılan çalışma sayılarının da en çok araştırılan konulardan olduğu ve swot analizi ve bibliyometrik profil araştırmalarının da onu takip ettiği saptanmıştır denilebilir.



Şekil 4. Araştırılan konuların belirli başlıklara ayrılması.

Yapılan analizden elde edilen bulgular doğrultusunda, Türkiye’de 2009 yılından bu yana sağlık turizmi alanı adına yapılan araştırmaların sayısında kayda değer nitelikte artış yaşanmıştır.

Sonuç

Sağlık turizmi; medikal turizm, termal turizm ve 3. Yaş turizmi gibi turizm türlerini kapsar. Sağlık turizmi alanında ilerleme kaydedilmesi için, ilgili turizm türlerinin her biri için ayrı ayrı gerekli çalışmaların yürütülmesi gerekliliği söz konusudur. Örneğin medikal turizm faaliyeti gerçekleştirmek için ülkemize seyahat eden bir ziyaretçinin, aldığı tıbbi hizmetin öncesinde ve sonrasında da ülkemizin doğal zenginlikleriyle buluşturulabilmesi, ziyaretçinin seyahat süresinin uzamasına sebebiyet verebilir. Kısacası bir medikal turist aynı zamanda, termal turist olarak da sağlık turizmi faaliyeti gerçekleştirebilir. Bu durum da finansal açıdan, ülkemize ek kazanç sağlanması anlamı taşımaktadır.

Termal turizm alanında Türkiye, doğal kaynakları, kültürel zenginlikleri iklim koşullarının sağladığı imkânlar çerçevesinde dünya genelinden bakılacak olursa, avantajlı durumdadır. Ancak doğal zenginlikler ve şifalı kaynakların tanıtımı noktasında gerekli yatırımların yapılmaması ya da yetersiz kalması termal turizmde istenilen gelirin elde edilmesini mümkün kılmayacaktır.

İleri yaş turizmi olarak da isimlendirilen 3. Yaş turizmi, 65 yaş üstü yaşayan insan nüfusunun son zamanlarda artış göstermesi ve önümüzdeki 25 ila 30 yıl sonra yaşlı nüfusun iki katına çıkacağı öngörülmesi sonucu, söz konusu turizm türü tüm dünya da ilgi odağı olmuştur. Ancak ülkemizde yaklaşık 20-25 senedir süregelen ‘her şey dâhil’ (all inclusive) hizmet modeli ya da tarifesinin, ileri yaş grubu turistlerinin beklentilerine cevap vermekte yetersiz kaldığı gözlemlenmektedir. İleri yaş grubu turistlerin fizyolojik durumları, kafa yapıları, psikolojileri, bir tatilden tam olarak ne bekledikleri noktasında, genç ya da orta yaş grubundan farklılık gösterdikleri için, isteklerinin tam olarak ne olduğu konusunda çalışmalar yapılmalı ona göre bir ortam hazırlanmalı ve bu ortama uygun kalifiye personel yetiştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Medikal turizmde başarılı olmak için verilen sağlık hizmetinin kalitesi en önemli tercih sebeplerinden biridir. Ülkemizde tıbbi açıdan kaliteli personeli ve sağlık kuruluşlarına sahiptir. Akredite edilmiş sağlık kuruluşlarının fazlaca olmasından kaynaklı söz konusu sektörde ilerleme kaydedilmiştir. Akredite edilen sağlık kuruluşlarının sayılarının kamu hastanelerinde de arttırılmaya devam edilmesi, medikal turizmde bir dünya markası haline gelmemiz konusunda etkili bir atılım olacaktır denilebilir..

Türkiye’nin sağlık turizmi ile ilgili ülkemizde son 15 yılda yapılan çalışmaları bibliyometrik olarak incelediğimizde, çalışma sayılarının 2009 sonrasında 2011 yılına kadar artmaya devam ettiği, 2011’den 2018’e kadar belirli seviyede kaldığı gözlemlenmiştir. 2019’da tekrar araştırma sayılarında artış olmuş ve 2023 yılına kadar devam etmiştir. 2000’li yılların başından itibaren ülkemiz, sağlık turizm sektörüne eğilmeye başladığından ve ayrıca geride bıraktığımız 20 yıllık süreçte, bu sektörde çok ilerleme kaydetmiş olmamızdan ötürü bu alana karşı bir farkındalık oluşmuştur. Sektörün tanınırlığının artması ile yapılan çalışma sayılarının artması arasında bir paralellik söz konusudur. Yapılan çalışmalarda, en çok üzerinde durulan konuların, ülkemizin turistler tarafından tercih edilme nedenleri, Türkiye’nin reklam ve tanıtımı, güncel durumu ve medikal turizm konularının ele alındığı görülmüştür. Araştırma

konularının arasında sağlık turizminin, Türkiye'deki işleyişi hakkında çok fazla çalışma olmadığı dikkat çekerken, bu konuda araştırmaların daha yoğun yapılması, sektörün tanıtımı bakımından fayda sağlar nitelikte olacaktır.

KAYNAKÇA

- Arslan, R. (2018). Çok kriterli karar verme yöntemlerinin karşılaştırılması ve bütünleştirilmesi: OECD verileri üzerine bir uygulama.
- Ağaoğlu, F. O., Karagöz, N., & Zabun, S. (2019). Sağlık Turizmi Uygulamaları ve Türkiye'ye Getirilerine İlişkin Bir Değerlendirme. *S.C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2).
- ATAMAN, H., ESEN, M. F., & VATAN, A. (2017). Medikal Turizm Kapsamında Kalite ve Hasta Güvenliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi Ulaştırma Dergisi*, 3(1), 32-33.
- BAYAR, K. (2019). Dünyada ve Türkiye'de SaSağlık Turizminin Önemi ve Gelişimi: Antalya Yöresi Araştırması Yüksek Lisans Tezi. *Dünyada ve Türkiye'de SaSağlık Turizminin Önemi ve Gelişimi: Antalya Yöresi Araştırması Yüksek Lisans Tezi*.
- BUZCU, Z., & BİRDİR, K. (2019). Türkiye'de Medikal Turizm İncelemesi: Özel Hastanelerde Bir Çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1).
- CİHANGİR, İ. S. (2016). Termal turizm potansiyelinin bölgesel kalkınmada ekonomik rolü. *Termal turizm potansiyelinin bölgesel kalkınmada ekonomik rolü*.
- Çetin, O. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Performansının Topsis Yöntemi ile Değerlendirilmesi (2004-2019). *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi S.B.E. Dergisi*, 2(4), 638.
- DORUK, T. T. (2019). Bir sağlık turizm örneği olarak termal turizm: Türk sağlık turizmi içindeki yerinin çeşitli boyutlarıyla incelenmesi. *Bir sağlık turizm örneği olarak termal turizm: Türk sağlık turizmi içindeki yerinin çeşitli boyutlarıyla incelenmesi*. İstanbul.
- Heper, F. Ö. (2021). Dünyada ve Türkiye'de Medikal Sağlık Turizminin Değerlendirilmesi. U. t. Kongresi (Dü.). içinde, (s. 137-149). Sakarya.
- Karababa, A. G. (2017). Türkiye'de Sağlık Turizminin Ekonomik Yönü. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 68.
- SOYSAL, A. (2017). Sağlık turizmi: tehdit ve fırsatlar bağlamında türkiye açısından bir durum değerlendirmesi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*(2), 169-187.
- Sözeri, P. (2020). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Algılarının Değerlendirilmesi: Özel Hastaneler Üzerine Bir Uygulama. *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Algılarının Değerlendirilmesi: Özel Hastaneler Üzerine Bir Uygulama*, 15.
- TEMİZKAN, P., & TEMİZKAN, R. (2020). Dünyada ve Türkiye'de Medikal Turizm Kapsamında Plastik ve Estetik Cerrahi Uygulamaların Hizmet Pazarlaması Karması Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 284-298.

Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık turizmi ve devlet teŖvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10.

Tonga, F., & Bahadır, S. (2019). Medikal Turizmin Olası İlk Kayıtları. *IV. Uluslararası Kùltür Sempozyumları: Uluslararası Sağlık Toplum ve Kùltür Sempozyum*, (s. 72-81). Amasya.

UshaŖ. (2023). *Sağlık Turizmi Verileri*. (USHAŖ, Dù.) Mayıs 28, 2023 tarihinde <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/> adresinden alındı



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersi.com | Economic and Administrative Academic Research

THE EFFECTS OF PERSONALITY TRAITS AND SELF-PERCEPTIONS ON ONLINE SHOPPING INTENTIONS¹

Emre ARSLAN ^{*a}, Derya Fatma BİÇER ^b

**Corresponding Author*

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 10/09/2024
Accepted : 17/10/2024

Keywords:

Personality Traits,
Self-Perception,
Online Purchase
Intention

ABSTRACT

In recent years, developing and changing economic, social and cultural conditions have caused changes in the purchasing behaviour of individuals. This study aims to determine the effect of personality traits and self-perceptions of consumer individuals in Sivas province centre on their online shopping intentions. In line with the determined purpose, an online survey form was randomly sent to more than 600 consumers in Sivas province centre through different communication tools. The responses of 442 participants who completed the questionnaire and took part in the survey were analysed using the statistical software package SPSS 24. As a result of the analysis, it was determined that there is a low level significant positive relationship between all personality traits sub-dimensions and online purchase intention. Based on this relationship, it is determined that no matter which personality traits individuals have, as these traits become more prominent, there will be an increase in online purchase intention. In addition, when the relationship between self-perception and online purchase intention was analysed, no relationship was found between the online purchase intention of individuals with weak existence self-perception. However, it was found that there was a low level significant positive relationship between other self-concept sub-dimensions. In other words, it was found that individuals who have enough information about themselves, control their emotional changes and do not experience identity confusion have a high tendency to shop online. On the other hand, it was determined that individuals with a weak existential self who experience deep dissatisfaction do not have a tendency to shop online.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 75-94

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE BENLİK ALGILARININ ONLINE ALIŞVERİŞ NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 10/09/2024
Kabul : 17/10/2024

Anahtar Kelimeler:

Kişilik Özellikleri,
Benlik Algısı, Online
Satın Alma Niyeti

ÖZ

Son yıllarda gelişen ve değişen ekonomik, sosyal ve kültürel koşullar bireylerin satın alma davranışını üzerinde de değişmelere sebep olmuştur. Bu çalışma Sivas il merkezindeki tüketicilerin kişilik özellikleri ve benlik algılarının online alışveriş niyetleri üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda, Sivas il merkezindeki tüketicilere online anket formu, farklı iletişim araçlarıyla tesadüfi olarak 600'ün üzerinde tüketiciye gönderilmiştir. Anket formunu cevaplayarak ankete katılım sağlayan 442 katılımcının cevapları SPSS 24 programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda; kişilik özellikleri alt boyutlarının tümü ile online satın alma niyeti arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkiye dayanarak, bireylerin hangi kişilik özelliğine sahip olursa olsun, özelliklerin baskın olmasına bağlı olarak online satın alma niyetinde artış olacağı tespit edilmiştir. Ayrıca benlik algısı ve online satın alma niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde; zayıf varoluş benlik algısına sahip bireylerin online satın alma niyeti arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak diğer benlik algısı alt boyutları arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bir başka deyişle kendisi hakkında yeterince bilgiye sahip olan, duyu değişimini kontrol eden ve kimlik kargaşası yaşamayan bireylerin online alışveriş eğiliminin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Derin bir tatminsizlik yaşayan zayıf varoluş benliğine sahip bireylerin ise online alışveriş eğiliminin olmadığı tespit edilmiştir.

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Fatma Derya BİÇER danışmanlığında, Emre ARSLAN tarafından yürütülmekte olan " KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE BENLİK ALGILARININ ONLINE ALIŞVERİŞ NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ " başlıklı Yüksek Lisans Tezinden Üretilmiştir.

GİRİŞ

Gelişen teknoloji ve internetin bireyler tarafından rahatça ulaşılabilen bir ağ haline gelmesi ile birlikte değişen birey davranışları, kişilerin birer tüketici olmasından kaynaklı olarak tüketici davranışlarına da yön vermiştir. Pazarlamada hedef olan tüketicinin davranışları, beklentileri, istek ve ihtiyaçları değiştikçe pazarlamada bu değişime ayak uydurma durumunda kalmış ve değişim göstermiştir (Altunışık, 2010).

Pazarlama iki grupta incelenmektedir. Bunlardan biri geleneksel pazarlama diğeri modern pazarlama yöntemidir. Geleneksel pazarlamada kendi mal ve hizmetlerini satabilmek için müşterileri çekme yönünde daha çok konuşmak ön plandadır. Doğru hedef kitle belirlenerek onların davranışlarını anlama ve onlara uygun bir ürün ve hizmet satın alma konularında teşvik edici yöntemler kullanılmaktadır. Modern pazarlama ise genelde teknolojinin kullanıldığı pazarlama faaliyetleridir. Bu teknolojiler pazarlama faaliyetlerini yürütme konusunda yardımcı olacak web / internet ile ilgili bilişim teknolojileridir. (Algür, 2011).

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel pazarlama uygulamaları ve anlayışlarında da çeşitli ve büyük değişimler meydana gelmiştir. Bir bakıma World Wide Web 'in ve internetin gelişmesiyle beraber bilginin ve kaynakların global olarak yayılması geleneksel pazarlamayı çağ dışı bırakmıştır. Dijital dönüşüm, günümüzün küreselleşen dünyasında tüketici davranışlarını kökten değiştirmiştir. Bu durum, online alışverişin hem kolaylık hem de erişilebilirlik açısından sunduğu avantajlarla doğrudan ilişkilidir.

İnternet kullanımının daha yaygın hale gelmesiyle beraber tüketiciler açısından düşük maliyet, zaman tasarrufu, daha bol seçenek, hızlı, kolay ve zevkli bir alışveriş sunan işletmeler açısından ise daha büyük kitlelere ulaşmayı sağlayan “online alışveriş” ortaya çıkmıştır (Adıgüzel, 2010). Gerçekten de gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de tüketicilerin hayat tarzlarının değişmesi ve zaman kısıtı gibi faktörler, geleneksel ortamlarda alışverişe alternatif olarak online alışverişin yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Arslan ve Bardakçı, 2022). İnternet üzerinden alışveriş, geleneksel alışveriş ortamlarında karşılaşılan mağaza kalabalığından kurtulma ve kuyrukta bekleme gibi problemler, fiyatların genellikle düşük olması, alışverişin tüketiciye rahatlık ve kolaylık sağlaması, yedi gün yirmi dört saat, alışveriş imkânı ve geniş bir ürün yelpazesi sunması gibi birçok avantaj sunmaktadır.

Ancak, tüketicilerin online satın alma niyetleri üzerinde etkili olan faktörler, sadece teknolojik gelişmelerle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bireylerin kişilik özellikleri ve benlik algıları gibi psikolojik unsurlar da bu süreçte kritik bir rol oynamaktadır (Şahin, B. G., & Akballı, E. E., 2019). Kişilik özellikleri, bireylerin davranışlarını ve kararlarını şekillendiren kalıcı ve belirgin özelliklerdir. Kişiliğin özelliklerini tanımlamada beş faktör modeli bulunmaktadır. Beş Faktör (Big Five) kişilik modeli, kişilik özelliği teorisinin temellerinden ortaya çıkan kişilik kümelerinin gruplamasıdır (Bitlisli, Ö. G. F., & Mehmet Dinç, O., 2013). Bu model, kişiliği beş ana boyutta değerlendirir: Açıklık; bir kişinin kendine has olmasını, değişimi ve çeşitliliği arzulan derecesini yansıtır (Costa, P.T. ve McCrae, R.R., 1992, s. 653-665). Açıklık özelliği yüksek bireyler; yeni ve alışılmadık deneyimlere açıktır, durağanlığa karşı olup geleneksel olmayan yöntemleri tercih ederler. Aynı zamanda iç duyarlılıkları yüksektir, entelektüel ve yaratıcı eğilimlere sahiptir. Bunun yanı sıra bu kişiler kültürlü, meraklı ve orijinal fikirlere sahiptir, hayal gücü kuvvetlidir (Thoms, P.; Moore, K.S. ve Scott, K., 1996, s. 349). Sorumluluk (conscientousness), bireylerin dürtülerini nasıl kontrol ettiğini ifade eder. Sorumlu bireyler, bozmaktan kaçınan (distruption), genelde zeki ve güvenilir olarak ifade edilirler. Olumsuz yanları ise sorumluluğu yüksek olan bireyler, işkolik ve mükemmeliyetçi olabilirler. Sorumluluk kişilik özelliği bir bireyin başarı yönelimli, güvenilir ve sorumlu olma derecesini ifade eder (McCrae, R.R. ve John, O.P., 1992, s. 178). Dışadönüklük genellikle

oldukça sosyal, insanlarla olmaktan hoşlanan, istekli ve eylem yönelimli bireyleri ifade eder. Tam zıddı olan içe dönükler ise kendilerini daha çok koruma eğiliminde olan, silik ve sosyalleşmeye daha az bağımlı bireylerdir. Dışadönüklük ise; kendine güvenen, baskın, aktif ve heyecan arayan bir eğilim olarak ifade edilir. Dışadönük kişiler daha sık ve yoğunlukta kişisel etkileşimler ve daha fazla düzeyde harekete geçme gereksinimi gösterirler ve genel olarak iyimser olarak sorunları olumlu yönden tekrar değerlendirmeyi tercih ederler (McCrae, R.R. ve John, O.P. , 1992, s. 178). Dışadönüklük aynı zamanda bir kişinin çalışma ortamının amaca yönelik doğası üzerinde de bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla dışa dönükler, iş ortamında pozitif sosyal çevreyi tecrübe ederler, çünkü bu kişiler çalışma arkadaşlarından pozitif tepkiler alırlar (Alarcon, G.; Eschleman, K.J. ve Bowling, N.A. , 2009, s. 246-247). Uyumluluk; genellikle düşünceli ve uzlaşmaya istekli bireyleri ifade eder. Uyumluluk kişilik özelliği; kişiliğin kişiler arası yönlerini ifade eder (McCrae, R.R. ve John, O.P. , 1992, s. 178) Bu kişiliğin özellikleri arasında; kendinden önce başkalarını düşünme, kişiler arası ilişkilerde alttan alma ve yatıştırma eğilimi, sempatik, sıcakkanlı, nazik ve saygılı olma yer alır. Bu faktörden fazla puan alan bireyler güvenilir, işbirlikçi ve sevilen olma eğilimi taşırken; düşük puan alan bireyler ise tartışmacı/kavgacı doğaya sahip olarak diğer kişilere ilgisiz, benmerkezci ve kıskanç olma eğilimlidirler (Dıgman, 1990, s. 422-424). Nevrotiklik; duygusal istikrar olarak da ifade edilir. Nörotizm ölçeğinde yüksek puan alan bireyler; kızgınlık, kaygı ve depresyon gibi olumsuz duyguları yaşamaya yatkındırlar. Nörotizm olumsuz, stres oluşturuvcu duyguları yaşama ve bunlarla ilgili davranışsal ve bilişsel özelliklere sahip olma eğilimini ifade eder. Bu boyut kapsamında yer alan özellikler arasında; bireyin sınırlı olup olmaması, kendine güven derecesi, iyimser veya kötümser olması, sıkılgan olması, duygusal olması ve endişeli olması sayılabilir (Costa, P.T. ve McCrae, R.R, 1987, s. 300-301)

Bu özellikler, bireyin alışveriş alışkanlıklarından sosyal etkileşimlerine kadar birçok alanda etkili olabilir (Doğan, 2013, s. 56-63). Örneğin, dışadönük bireylerin, sosyal çevrelerinde sıkça gördükleri ürünleri tercih etme eğiliminde olduğu; duygusal denge düzeyi düşük bireylerin ise stres altında hızlı ve düşüncesizce satın alma kararları verebileceği literatürde yer alan bulgulardandır (Gülaçtı, F., & Baydaş, A. , 2022).Bu tür kişilik özellikleri, bireylerin online alışveriş sürecinde nasıl karar verdiklerini ve hangi ürünleri tercih ettiklerini anlamada önemli bir rehber olabilir.

Benlik algısı ise, bireylerin kendilerine dair sahip oldukları inançlar, duygular ve düşünceler bütünü olarak tanımlanabilir. Benlik algısı incelendiğinde ilk olarak karşımıza gerçek benlik çıkar. Gerçek benlik, kişinin sahip olduğunu düşündüğü benliği, ideal benlik kendisi için istediklerini, olması gereken benlik ise olması gerektiğine inandığı özellikleri ifade etmektedir (Higgins, 1987, s. 319-340). Gerçek benlik algısı ise bireylerin alışveriş yaparken kendilerini nasıl ifade ettiklerini etkiler. İkinci olarak ideal benlik; kişinin olmak istediği ideal durumu tanımlar. Bu doğrultuda bireyler, ideal benliklerine ulaşmak için alışveriş yaparken, kendilerini daha iyi hissetmek amacıyla belirli ürünleri tercih edebilirler. O halde gerçek benlik, kişinin sahip olduğunu düşündüğü benliği, ideal benlik kendisi için istediklerini, olması gereken benlik ise olması gerektiğine inandığı özellikleri ifade etmektedir (Higgins, 1987). Higgins aynı zamanda benlik için iki bakış açısı olduğundan bahsetmiştir: Kendi bakış açısı ve anlamlı diğerlerinin bakış açısı (aile, yakın arkadaş gibi). Higgins benliğin bu bakış açılarının, literatürde bazen karışıklığa yol açtığını, örneğin benlik saygısı gibi benlikle ilgili bir kavram araştırılırken genellikle kişinin asıl benliği ile ideal benliği arasındaki fark değerlendirilmekteyken, bazen kişinin asıl benliği ile diğer kişilerin onun ideal benliğinin nasıl olması gerektiği hakkındaki düşüncelerine ilişkin inancı arasındaki farkın ele alındığını ifade etmiştir. Üçüncü olarak sosyal benlik ise kişinin toplumdaki imajı ve başkalarının kendisi hakkındaki görüşleridir (Altunay, 2006). Bu nedenle sosyal benlik algısı tüketicilerin popüler ürünleri veya markaları tercih etmesine yol açabilecek niteliktedir.

Bireyin kendini algılama biçimi, onun alışveriş yaparken kendisini nasıl tanımladığı ve bu süreçte ne tür ürünleri tercih ettiği ile doğrudan ilişkilidir (Sargın, S., & Koçer, L. L., 2020). Örneğin, yüksek benlik saygısına sahip bireylerin, kendi imajlarına uygun ürünleri satın alma eğiliminde olduğu; düşük benlik saygısına sahip bireylerin ise başkalarının onayını kazanmak amacıyla alışveriş yapabileceği bilinmektedir. Benlik algısının online satın alma niyeti üzerindeki etkisini anlamak, e-ticaret platformlarının bireylerin kişisel tercihlerine uygun ürün ve hizmet sunabilmesi açısından önem arz eder.

Bu araştırma, kişilik özelliklerinin ve benlik algısının online alışveriş niyetleri üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik genel bir çerçeve sunmaktadır. Nitekim online alışverişin günümüz tüketici davranışları üzerindeki artan etkisi, bu konunun önemini artırmaktadır. Araştırmanın temel amacı, tüketicilerin online alışveriş yaparken hangi psikolojik faktörlerin devreye girdiğini anlamak ve bu faktörlerin satın alma niyetlerini nasıl şekillendirdiğini incelemektir. Özellikle kişilik özelliklerinin ve benlik algısının, tüketicilerin online alışverişe yönelik davranışlarını nasıl etkilediğini ortaya koymak, bu çalışmanın ana hedefidir. Bu çalışmada, kişilik özellikleri ve benlik algısının online satın alma niyeti üzerindeki etkileri incelenmektedir. Bu doğrultuda, Sivas il merkezindeki tüketicilere anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilerek hipotezler test edilmiştir.

Araştırma Yöntemi ve Analiz Sonuçları

Araştırmanın bu bölümde araştırmanın amacı, veri toplama yöntemleri, değişkenler, araştırmanın evreni ve örnekleme ve son olarak araştırma hipotezleri açıklanmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Sivas il merkezindeki tüketicilerin kişilik özellikleri ve benlik algılarının online alışveriş niyetleri üzerindeki etkisini belirlemektir.

Araştırma Evreni ve Örnekleme

Araştırmada hedeflenen amaca ulaşabilmek için tüketicilere A, B, C ve D bölümü olmak üzere 4 bölümden oluşan anket formu uygulanmıştır. A bölümünde, tüketicilerin demografik, gelir ve harcama alışkanlıklarına ilişkin bilgilerini tespit etmeye yönelik 9 sorudan; B bölümünde tüketicilerin kişilik özelliklerini tespit etmeye yönelik (Goldberg, 1990; McCrae ve Costa, 2008) geliştirilen ve (Atak, 2013; Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A., 2017) tarafından Türkçeye uyarlanan beş faktörlü kişilik modelini (dışadönüklük, yumuşak başlılık, öz-denetim, duygusal denge (nörotizm) ve deneyime açıklık) en kapsamlı şekilde tanımlayan ve on sorudan oluşan bir değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Her bir boyut iki madde ile ölçülen ve katılımcılardan kendilerini bu maddelere ne kadar uygun gördüklerini değerlendirmelerini sağlayan 5 dereceli bir Likert tipi ölçekten yararlanılmıştır (1 = Kesinlikle katılmıyorum, 5 = Kesinlikle katılıyorum). C bölümünde ise tüketicilerin benlik algılarını tespit etmeye yönelik ilk kez (Campbell, 1990; Campbell & Lavalley, 1993) tarafından kapsamlı olarak tanımlanan, zamansal ve mekânsal dinamiklere göre geliştirilen 12 ifadeden oluşan sosyal benlik ölçeğinden oluşmaktadır. D bölümünde ise tüketicilerin online satın alma niyetini tespit etmeye yönelik 3 ifade bulunmaktadır. Anket toplam 33 sorudan oluşmaktadır.

Araştırma evreni, Sivas il merkezinde yaşayan bireylerden oluşmaktadır. Araştırma evreni nüfus müdürlüklerinin paylaşmış oldukları istatistiksel verilerden veya resmi yazışmalar sonucunda tespit edilebilmektedir. Fakat araştırmanın veri toplama süresince bu sayının değişkenlik gösterme ihtimalinden dolayı araştırma evreni bilinmiyor olarak kabul edilmiş ve örneklem sayısı aşağıdaki formül yardımıyla elde edilmiştir (Karagöz, 2016, Arslan ve Demir, 2022).

$$n = \frac{p \cdot q \cdot t^2}{d^2}$$

n: Örneklem büyüklüğü

p: Anakütledeki incelenen olayın gözlemlenme oranı (gerçekleşme olasılığı)

q: 1-p Anakütledeki incelenen olayın gözlemlenmeme oranı (gerçekleşmeme olasılığı)

$t_{\alpha/2}$: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t istatistik değeri

d: Tahmin edilecek olan ana kütle ortalaması ile aynı ana kütlede alınan örneklem ortalaması arasındaki sapma miktarı

$$n = \frac{0,5 \cdot 0,5 \cdot 1,96^2}{0,05^2} = 384,16$$

385 tüketiciye ulaşılması gerektiği tespit edilmiştir. Online anket formu farklı iletişim araçlarıyla her bir tüketiciye eşit seçilme şansı tanıyan kolayda örnekleme yöntemiyle 600'ün üzerinde tüketiciye gönderilmiştir. Bu tüketicilerin 447 tanesinin anket formunu cevaplayarak ankete katılım sağladıkları tespit edilmiş ve anket formunu eksiksiz dolduran 442 katılımcının cevapları analiz için kullanılmıştır. Anket formuna katılım sağlayarak anketi eksiksiz dolduran 442 tüketicinin örneklem büyüklüğü ve araştırma evreni temsil için yeterli olduğu söylenebilir.

Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Teknikler

Anket verilerinin analizi SPSS 24 for Windows (Social Package Statistical Science) istatistik yazılım paketi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Örneklemden elde edilen ham veriler tanımlayıcı istatistiksel analiz ve tekniklere tabi tutulmuştur. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan ifadeler verilen cevapların analizden elde edilen bulguların sunulmasında frekans (f) ve yüzde (%) değerleri dikkate alınmıştır. Hipotezlerin test edilmesinden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespit edilmesi gerekmiştir. Test sonuçları verilerin normal dağılım göstermediğini ortaya koymuştur. Verilerin normal dağılım göstermediği göz önüne alınarak, hipotezleri değerlendirmek için iki gruplar için Mann-Whitney U testi ve üç veya daha fazla grup için Kruskal-Wallis testi, ayrıca kişilik özellikleri ölçeği ve benlik algısı ölçeği ile online satın alma niyeti arasındaki ilişkinin tespitine yönelik korelasyon testi yapılmıştır (Karagöz, 2016; 557).

Güvenilirlik analizi, ölçülen araçların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilen bir yöntemdir. Güvenilirliği değerlendirmek için kullanılan yöntemlerden biri Cronbach alfa katsayısıdır. Bu yöntem, ölçeği oluşturan maddelerin toplu olarak birleşik bir yapıyı temsil edip etmediğini tespit etmek ve böylece homojen bir yapıyı ortaya çıkarmak için kullanılır.

Anket formunun B, C ve D bölümleri açısından istenen düzeyde geçerlilik ve güvenilirlik gösterip göstermediğini belirlemek için Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Cronbach's Alpha İç Tutarlılık Katsayısı

Ölçekler	İfade Sayısı	İç Tutarlılık Katsayısı	Güvenilirlik Durumu
Kişilik Özellikleri Ölçeği	10	0,708	Oldukça Güvenilirdir.
Benlik Algısı Ölçeği	12	0,848	Yüksek Derecede Güvenilir
Online Satın Alma Niyetine Yönelik İfadeler	3	0,857	Yüksek Derecede Güvenilir

Tablo 1 incelendiğinde ifadelerle ilişkin Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı kişilik ölçeği içinde yer alan on ifadeye ilişkin 0,708; Benlik algısı ölçeğinde yer alan on iki ifadeye ilişkin 0,848 ve son olarak online satın alma niyetini tespit etmeye yönelik üç ifadenin 0,857 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre anket formundaki ölçeklerin istenen olguyu ölçmede kişilik ölçeği için “Oldukça Güvenilir” iken Benlik Algısı ve Tüketim Eğilimlerinde ise “yüksek derecede güvenilir” olduğu söylenebilir.

Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında, Sivas il merkezinde yaşayan tüketicilere anket formunun uygulanmasıyla elde edilen veriler, istatistiksel teknik ve yöntemlerle analiz edilmiş ve analiz sonuçları tablolar halinde sunulmaktadır.

Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Ankete katılım sağlayan tüketicilerin demografik bilgileri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Tüketicilerin Demografik, Gelir ve Harcama Alışkanlıkları ile İlgili Sorulara Ait Cevaplarının İstatistik Sonuçları

Cinsiyetiniz?			Medeni Durumunuz?		
Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)	Medeni Durum	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	184	41,6	Evli	224	50,7
Erkek	258	58,4	Bekar	218	49,3
TOPLAM	442	100	TOPLAM	442	100
Eğitim Durumunuz?			Yaşınız?		
Eğitim Düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)	Yaş	Frekans (f)	Yüzde (%)
Lise	54	12,2	30 altı yaş	190	43,0
Ön Lisans	0	0,0	30-39 yaş	172	38,9
Lisans	284	64,3	40-49 yaş	56	12,7
Lisans Üstü	104	23,5	50 ve üzeri yaş	24	5,4
TOPLAM	442	100	TOPLAM	442	100
Aylık Geliriniz?			İnternet Alışverişlerinde Ödeme Yönteminiz?		
Gelir Düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)	Ödeme Yöntemi	Frekans (f)	Yüzde (%)
17,002 altı	120	27,1	Kredi Kartı	344	77,8
17.003 ve 35.000 arası	54	12,2	Sanal Kart	62	14,0
35.001 ve 55.000 arası	48	10,9	EFT/Havale	20	4,5
55.000 üzeri	220	49,8	Kapıda Ödeme	16	3,6
TOPLAM	442	100	TOPLAM	442	100
İnternet alışverişlerinizde aşağıdakilerden hangisine dikkat edersiniz?			İnternette hangi alışveriş sitelerini kullanırsınız?		

Dikkat Edilen Hususlar	Frekans (f)	Yüzde (%)	Alışveriş Siteleri	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kargo Süresi	60	13,6	Trendyol	246	55,7
Ödeme Kolaylığı	42	9,5	N11	8	1,8
Ürün Çeşitliliği	118	26,7	Hepsiburada	48	10,9
Karşılaştırma İmkânı	42	9,5	Amazon	18	4,1
Güvenlik Uygulaması	130	29,4	AliExpress	6	1,4
Kusursuz Teslimat	50	11,3	Hepsi	116	26,2
TOPLAM	442	100	TOPLAM	442	100

Tablo 2 incelendiğinde ankete katılım sağlayan tüketicilerin öne çıkan demografik, gelir ve harcama alışkanlıklarına ilişkin bilgiler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- ✓ Katılımcıların %58,4'nün erkek, %41,6'sının kadın,
- ✓ Katılımcıların %50,7'sinin evli, %49,3'nün bekar,
- ✓ Katılımcıların yaklaşık %85'ten daha fazlasının lisans mezunu,
- ✓ Katılımcıların %43'ü 30 altı yaş; %38,9'u 30-39 yaş; %12,7'si 40-49 yaş ve %5,4'ü ise 50 üzeri yaş aralığında,
- ✓ Katılımcıların yaklaşık %50'sinin geliri 55.000₺'nin üzerinde iken %27,1'nin ise 17.002₺'nin altında olduğu tespit edilmiştir.
- ✓ Katılımcıların internet alışverişlerini %77,8'nin kredi kartıyla yaptığı,
- ✓ Katılımcıların internet alışverişlerinde dikkat ettikleri en önemli hususun "Güvenlik Uygulaması" olduğu sonrasında ise "Ürün Çeşitliliğinin takip ettiği,
- ✓ Katılımcıların en yaygın kullandıkları alışveriş sitesinin "Trendyol" uygulaması olduğu
- ✓ Katılımcıların yaklaşık %35'i hafta en az bir kez internetten alışveriş işlemi gerçekleştirdiği bulgularına ulaşılmıştır.

Tüketicilerin Kişilik Özellikleri, Benlik Algısı ve Online Satın Alma Niyetlerine Yönelik İfadelere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında ankette yer alan Kişilik Özellikleri Ölçeği, Benlik Algısı Ölçeği ve Online Satın Alma Niyetini tespit etmeye yönelik yönetilen ifadeler tüketicilerin katılım düzeyleri açıklanmaktadır. Tüketicilerin, ankette bulunan her bir ifadeye, katılım düzeylerini belirlemek için sınıflama ölçeği kullanılmıştır. Sınıflama ölçeğinin oluşturulmasında;

Aralık Genişliği (a) = Dizi Genişliği ÷ Yapılacak Grup sayısı formülü kullanılmıştır (Tekin, 1987; 262). Buna göre oluşturulan ölçekte; nitelik düzeyi ve puan değerleri ile değer aralıkları tablo 3'te gösterilmiştir.

$$a = 4/5$$

a= 0,80 bulunur.

Tablo 3: Anket Maddelerinin Puan Aralıkları

Nitelik Düzeyi	Puan Aralığı	Değer Aralıkları
Kesinlikle Katılıyorum	5	4,20-5,00

Katılıyorum	4	3,40-4,19
Kararsızım	3	2,60-3,39
<u>Katılmıyorum</u>	2	1,80-2,59
<u>Kesinlikle Katılmıyorum</u>	1	1,00-1,79

Katılımcıların bu ifadelere verdikleri cevaplara ilişkin olarak bulunan, aritmetik ortalama (\bar{x}) ve standart sapma (ss) değerleri ve bu değerlerin karşılığı olan katılım düzeyleri, Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri Ölçeğindeki İfadelere Ait Katılım Düzeyleri

Kişilik Özellikleri Ölçeği					
No	İfadeler	n	\bar{x}	ss	Katılım Düzeyi
3	Kendimi genellikle güvenilir biri olarak görüyorum.	422	4,27	1,10	Kesinlikle Katılıyorum
6	Kendimi bir işi tam yapacak biri olarak görüyorum.	422	4,03	1,13	Katılıyorum
2	Kendimi dışa dönük, sosyal biri olarak görüyorum.	422	3,60	1,18	Katılıyorum
7	Kendimi rahat ve stresle başa çıkabilen biri olarak görüyorum	422	3,54	1,21	Katılıyorum
10	Kendimi yaratıcı biri olarak görüyorum.	422	3,47	1,21	Katılıyorum
8	Kendimi kolay sinirlenen biri olarak görüyorum.	422	2,90	1,21	Kararsızım
9	Kendimi çok az sanatsal ilgisi olan biri olarak görüyorum.	422	2,88	1,24	Kararsızım
4	Kendimi başkalarının hatasını bulma eğiliminde biri olarak görüyorum.	422	2,34	1,17	Katılmıyorum
5	Kendimi yavaş hareket etme eğiliminde olan biri olarak görüyorum	422	2,31	1,17	Katılmıyorum
1	Kendimi içine kapanık biri olarak görüyorum.	422	2,10	1,07	Katılmıyorum
Ortalama		422	3,14	1,17	Kararsızım

Tablo 4 incelendiğinde; tüketicilerin kişilik özelliklerinin tespit etmeye yönelik ifadelerine genel katılım düzeyleri "**Kararsızım**" yönünde olmuştur. Bu ifadeler içerisinde "**Kendimi genellikle güvenilir biri olarak görüyorum.**" ifadesine genel katılım düzeyleri "**Kesinlikle Katılıyorum**" olduğu dikkat çekmektedir. Bu sonuca göre ankete katılım sağlayan katılımcıların kendilerini güvenilir biri olarak ifade etmiş oldukları görülmektedir. Ayrıca katılımcılar;

- "**Kendimi bir işi tam yapacak biri olarak görüyorum.**"
- "**Kendimi dışa dönük, sosyal biri olarak görüyorum.**"
- "**Kendimi rahat ve stresle başa çıkabilen biri olarak görüyorum**"
- "**Kendimi yaratıcı biri olarak görüyorum**"

gibi ifadeler ise katılım düzeyleri "**Katılıyorum**" yönde olmuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcılar kendilerini sosyal, dışa dönük, stresle başa çıkabilen biri olarak ifade etmiş olduklarından yeteneklerinin ve kişisel özelliklerinin farkında oldukları ifade edilebilir.

- **“Kendimi kolay sinirlenen biri olarak görüyorum.”**
- **“Kendimi çok az sanatsal ilgisi olan biri olarak görüyorum.”**

Bu ifadeler için ise **“Kararsızım”** yönde katılım göstermiş oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların bu ifadelere ilişkin tam bir kanı oluşturmadıkları söylenebilir. Son olarak,

- **“Kendimi başkalarının hatasını bulma eğiliminde biri olarak görüyorum.”**
- **“Kendimi yavaş hareket etme eğiliminde olan biri olarak görüyorum.”**
- **“Kendimi içine kapanık biri olarak görüyorum.”**

bu ifadeler için ise katılımcılar **“Katılmıyorum”** yönünde genel bir eğilim göstermişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda katılımcılar kendilerinin içine kapanık, yavaş hareket eden ve başkalarının hatasını bulma gibi olumsuz özelliklerinin olmadıklarını ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların benlik algısı ölçeğinde yer alan ifadelerle katılım düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 5’te verilerek ifade edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 5: Tüketicilerin Benlik Algısı Ölçeğindeki İfadelere Ait Katılım Düzeyleri

Benlik Algısı Ölçeği					
No	İfadeler	n	\bar{x}	ss	Katılım Düzeyi
4	Hayatımı düşündüğümde uzun vadeli hedeflerime ilişkin iyi şeyler olacağını hissediyorum.	442	3.62	1.09	Katılıyorum
7	Aslında kim olduğum ve neye ilgi duyduğum konusunda net ve kesin bir fikrim var.	442	3.62	1.19	Katılıyorum
12	Bir ortamda birlikte olduğum grup farklı tercihler ifade etse bile, kendimden oldukça emin olma ve kendi tercihlerime bağlı kalma eğilimindeyim.	442	3.62	1.13	Katılıyorum
11	Ne düşündüğümü ya da nasıl hissettiğimi anlamama yardım edecek insanlara ihtiyaç duyuyorum.	442	2.83	1.30	Kararsızım
1	Keşke duygularımda daha tutarlı olsaydım.	442	2.77	1.30	Kararsızım
6	Başkalarının düşünceleri ve duygularına kendiminkilerden benimkinden daha fazla ağırlık verdiğimi düşünüyorum.	442	2.73	1.21	Kararsızım
5	Bazen insanların beni gerçekten görüp görmediklerini / farkıma varıp varmadıklarını merak ediyorum.	442	2.73	1.26	Kararsızım
3	Sık sık ne kadar kırılğan bir yapıda olduğumu düşünüyorum.	442	2.71	1.23	Kararsızım
8	Kişiliğimin iyi tanımlanmamış gibi görünmesi beni rahatsız ediyor.	442	2.52	1.26	Kararsızım

10	Kendime en çok “ben kimim?” diye soruyorum.	442	2.47	1.25	Kararsızım
9	Çoğu zaman duygularımı ve düşüncelerimi anlayabileceğimden veya onlara güvенеbileceğimden emin olamıyorum.	442	2.42	1.12	Kararsızım
2	Kendi kişiliğimi, ilgi alanlarımı ve görüşlerimi anlamakta zorlanıyorum.	442	2.25	1.06	Katılmıyorum
Ortalama		442	2,86	1,20	Kararsızım

Tablo 5 incelendiğinde; tüketicilerin benlik algısına yönelik ifadelerle genel katılım düzeyleri “**Kararsızım**” yönünde olmuştur. Fakat maddeler detaylı incelendiğinde tüketiciler kendilerini tanıma, gelecekle ilgili uzun vadeli planlarına yönelik iyimser bir düşünce içinde oldukları ve gruplar içerisinde kendilerini ifade edebildikleri yönde katılım sağlamışlardır. Ayrıca bu katılım düzeylerini destekler nitelikte “**Kendi kişiliğimi, ilgi alanlarımı ve görüşlerimi anlamakta zorlanıyorum**” ifadesine “**Katılmıyorum**” yönde katılım göstermişlerdir. Ölçekteki diğer ifadeler için olumlu veya olumsuz yönde bir katılım düzeyi oluşmamıştır.

Katılımcıların online satın alma niyetlerine yönelik ifadelerle katılım düzeyleri incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 6’da verilerek açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 6: Tüketicilerin Online Satın Alma Niyetine Yönelik İfadelerle Ait Katılım Düzeyleri

Online Satın Alma Niyetine Yönelik İfadeler					
No	İfadeler	n	\bar{x}	ss	Katılım Düzeyi
1	Fırsatım oldukça satın alacağım ürünleri online alışveriş ile almayı planlıyorum.	44 2	3.51	1.19	Katılıyorum
2	Gelecekte ihtiyaç duyabileceğim ürünler için online mağazalardan ne almam gerektiğini tahmin edebilirim.	44 2	3.51	1.11	Katılıyorum
3	Yakında bir çevrimiçi mağazadan online alışveriş yapacağım.	44 2	3.43	1.23	Katılıyorum
Ortalama		42 2	3,48	1,18	Katılıyorum

Tablo 6 incelendiğinde; Tüketicilerin tüketim eğilimlerine yönelik ifadelerle genel katılım düzeyleri “**Katılıyorum**” yönünde olmuştur. Bu durum tüketicilerin online alışveriş eğiliminde oldukları veya satın almak istediklerin ürünlerle ilgili online alışveriş sitelerini inceledikleri söylenebilir.

4.3. Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçek Alt Boyut Puanlarına İlişkin Bulgular

Tüketicilerin kişilik özelliklerini tespit etmeye yönelik (Goldberg, 1990; McCrae ve Costa, 2008) geliştirilen ve (Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A., 2017; Atak, 2013) tarafından Türkçeye uyarlanan beş faktörlü kişilik modelini (dışadönüklük, yumuşak başlılık, öz-denetim, duygusal denge (nörotizm) ve deneyime açıklık) en kapsamlı şekilde tanımlayan ve on sorudan oluşan bir değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte de her bir boyut iki

madde ile ölçülür ve katılımcılardan kendilerini bu maddelere ne kadar uygun gördüklerini değerlendirmelerinde 5 dereceli bir likert tipi (1 = Kesinlikle katılmıyorum, ..., 5 = Kesinlikle katılıyorum) ölçek ile yanıtlanır. Katılımcıların hangi kişilik özelliğine yakın olduğunu tespit etmeye yönelik ölçek puanları ve ölçek alt boyut puanları hesaplanmıştır. Benlik algılarını tespit etmeye yönelik ilk kez (Campbell, 1990; Campbell & Lavallee, 1993) tarafından kapsamlı olarak tanımlanan, zamansal ve mekânsal dinamiklere göre geliştirilen 12 ifadeden oluşan sosyal benlik ölçeğinden faydalanılmıştır. Sosyal benlik ölçeği dört alt boyuttan (Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş) oluşmaktadır. Bilgi eksikliği: Bireyin kendisi hakkında yeterince farkındalık ve bilgiye sahip olmaması durumudur. Bu, kişinin kendi duyguları, düşünceleri, güçlü ve zayıf yönleri hakkında net bir anlayışa sahip olmamasını ifade eder ve ölçekte bir madde ile ölçülmektedir. Kimlik kargaşası: Bireyin kim olduğu, neye inandığı ve hayatındaki amaçlarının ne olduğu konusunda net bir anlayışa sahip olamaması durumudur ve ölçekte altı madde ile ölçülmektedir. Ani duygu değişimi: Bireyin duygularında hızlı ve beklenmedik dalgalanmalar yaşamasıdır ve ölçekte iki madde ile ölçülmektedir. Zayıf varoluş: Bireyin kendini yetersiz, değersiz veya anlamsız hissetmesi durumunu ifade eder ve ölçekte üç madde ile ölçülmektedir. Katılımcıların benlik algısı ölçeğindeki maddelere katılımlarını tespit etmeye yönelik kişilik özelliklerindeki gibi 5 dereceli likert tipi ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Hesaplanan ölçek ortalama puanları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri Ölçek Alt Boyut Ortalama Puanları

Kişilik Özellikleri Alt Boyutları	Erkek	Kadın	Benlik Algısı Alt Boyutları	Erkek	Kadın
Dışadönük	5,69	5,71	Bilgi Eksikliği	2,73	2,84
Yumuşak Başlılık	6,53	6,72	Kimlik Kargaşası	17,26	17,41
Öz-Denetimlilik	6,30	6,39	Ani Duygu Değişimi	6,0	6,10
Duygusal Denge (Nörotiklik)	6,50	6,35	Zayıf Varoluş	7,99	8,42
Deneyime Açıklık	6,57	6,04			

Tablo 7 incelendiğinde; Tüketicilerin kişilik özelliklerinde en yüksek ortalama puanın “**Yumuşak Başlılık**” olduğu görülmektedir. Bu özelliğe sahip kişilerin uyumlu, yardımsever, anlayışlı ve diğer insanlarla iş birliği yapmaya istekli olduğunu ayrıca yumuşak başlı insanların genellikle empati kurma yeteneği yüksek, başkalarının duygularını anlama ve dikkate alma eğiliminde olan kişiler olduğu ifade edilmiştir. Araştırmada kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre daha yumuşak başlı oldukları tespit edilmiştir. En düşük ortalama puanın ise “**Dışadönük**” kişilik özelliği olduğu görülmektedir. Bu özelliğe sahip kişilerin ölçek puanları ne kadar yüksekse kişilerinde o kadar sosyal, enerjik ve dışa dönük olduğunu dış dünyaya ve sosyal etkileşimlere açık ve ilgili olduğunu ifade etmektedir. Bu puanın düşük olması bu kişilerin yalnız kalmaktan ya da küçük, tanıdık sosyal gruplarla vakit geçirmekten hoşlandıklarını, sessiz, düşünceli ve bağımsız olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu kişilik özelliğinde de katılımcıların ortalama puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında kadın katılımcıların erkeklere göre daha sosyal oldukları söylenebilir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından sadece “Duygusal Denge (Nörotiklik)” boyutunda erkek katılımcıların ortalama puanı kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre erkeklerin duygusal dengelerinin kadınlara göre daha az değişkenlik gösterdiği, başak bir ifadeyle kadınların duygu değişkenliğinin erkelere göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Benlik algısı ölçeğinin alt boyut ortalama puanları incelendiğinde kadın katılımcıların tüm boyutlarda erkek katılımcılara göre aralarındaki fark az da olsa daha yüksek ortama puana sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu puanların yüksek olması benlik algısının daha zayıf

olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre;

- Kendileri hakkında farkındalıklarının düşük olduğunu, kendi değerleri, inançları ve özellikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını,
- Kimlikleriyle ilgili net bir anlayışa sahip olmadığını, kim olduğu ve ne istediği konusunda ciddi belirsizlikler yaşadıklarını,
- Duygusal durumlarında sık ve ani değişimler yaşadıklarını, duygusal istikrarın düşük olduğunu,
- Kendilerini değersiz, yetersiz veya anlamsız hissettiğini, varoluşuna dair derin bir tatminsizlik ve boşluk hissettikleri ifade edilebilir.

Anlamlılık Analizleri

Bulgular ve Yorum bölümünün son aşamasında, veriler normal dağılım göstermediği için araştırmaya katılan tüketicilerin Kişilik Özellikleri Ölçeği, Benlik Algısı Ölçeği ve Online Satın Alma Niyetlerini tespit etmeye yönelik ifadelerinin ölçek puanı toplamları ile demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği çözümlenmeye dâhil edilmiş ve bazı karşılaştırmalar yapılmıştır.

$H_0 = \text{"Gruplar arasında anlamlı bir fark yoktur"}$ Hipotezi belirlenen demografik değişkenler için $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde, ikiden daha az gruplar için Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Bu test, bağımsız örneklem için t-testinin parametrik olmayan bir alternatifini temsil eder. İki grubun ortalamalarını karşılaştıran t-testinin aksine, Mann-Whitney U testi söz konusu grupların medyan değerlerini karşılaştırmaktadır. İki'den daha fazla olan gruplar için ise Kruskal-Wallis testi, tek yönlü ANOVA'nın parametrik olmayan eşdeğerini temsil etmektedir. Verilerin normal dağılım göstermediği durumlarda birden fazla grubun ortalamaları arasındaki farklılığın istatistiksel anlamlılığını tespit etmek için kullanılmaktadır. (Karagöz, 2016; 557). Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlar tablolar halinde yorumlanmıştır.

Tablo 8: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeklerinin Alt Boyutları Toplam Puanlarının Cinsiyetlerine Göre Anlamlılık Analizi

Ölçek Alt Boyutları Toplam Puanları	Cinsiyet	N	Mean Rank	Mann Whitney U	Z	P
Deneyime Açıklık	Kadın	184	195,63	18976,0	-3,673	0,000
	Erkek	258	239,95			

Tablo 8 incelendiğinde; tüketicilerin kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarından sadece deneyime açıklık alt boyutu ölçek puanı katılımcıların cinsiyetlerine göre yapılan anlamlılık analizinde $p<0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir. Dolayısıyla erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha deneyime açık olduklarını ve yeni şeyleri denemede daha cesur davrandıklarını ortaya koymaktadır. Diğer kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutları ve benlik algısı ölçeğini alt boyutları açısından katılımcıların cinsiyetlerinin ayrıcı bir özellik göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 9: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeklerinin Alt Boyutları Toplam Puanlarının Medeni Durumlarına Göre Anlamlılık Analizi

Ölçek Alt Boyutları Toplam Puanları	Medeni Durum	N	Mean Rank	Mann Whitney U	Z	P
Bilgi Eksikliği	Evli	224	192,96	18022,0	-4,906	0,000

	Bekar	218	250,83			
Kimlik Kargaşası	Evli	224	217,79	20656,0	-2,810	0,005
	Bekar	218	225,31			
Zayıf Varoluş	Evli	224	202,19	20090,0	-3,239	0,001
	Bekar	218	241,34			

Tablo 9 incelendiğinde; katılımcıların benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası ve Zayıf Varoluş**” alt boyutları ölçek puanları katılımcıların medeni durumlarına göre yapılan anlamlılık analizinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir. Bu sonuçlar incelendiğinde evli katılımcıların bekar katılımcılara göre benlik algılarının daha fazla geliştiği tespit edilmiştir. Evli katılımcıların kendilerini daha iyi tanıdıkları, istedikleri ve hissettikleri açısından herhangi bir kargaşa yaşamadıkları ve tatmin düzeylerinin bekar katılımcılara göre daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 10: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeklerinin Alt Boyutları Toplam Puanlarının Öğrenim Türüne Göre Anlamlılık Analizi

Ölçek Alt Boyutları Toplam Puanları	Öğrenim Türü	N	Mean Rank	Chi-square	df	p
Duygusal Denge (Nörotiklik)	Lise	54	201,09	21,38	2	0,000
	Lisans	284	209,80			
	Lisans Üstü	104	215,25			
Kimlik Kargaşası	Lise	54	208,69	6,65	2	0,036
	Lisans	284	232,89			
	Lisans Üstü	104	197,06			
Ani Duygu Değişimi	Lise	54	225,09	8,35	2	0,015
	Lisans	284	231,85			
	Lisans Üstü	104	191,37			

Tüketicilerin kişilik özellikleri ölçeği alt boyutlarından “**Duygusal Denge (Nörotiklik)**”; benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Kimlik Kargaşası ve Ani Duygu Değişimi**” alt boyutları ölçek puanları katılımcıların öğrenim türlerine göre yapılan anlamlılık analizinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir. Tablo 10’daki sonuçlar incelendiğinde kişilik özellikleri alt boyutu duygusal dengenin eğitim seviyesiyle doğru orantılı geliştiği yani kişilerin eğitim seviyesinin arttıkça bireyin duygusal olarak istikrarlı, sakin ve strese karşı dayanıklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Kimlik Kargaşası ve Ani Duygu Değişimi**” lisansüstü eğitim seviyesinde diğer iki eğitim seviyesine göre daha az yaşanmaktadır. Ayrıca lise eğitim seviyesindeki katılımcıların benlik algısı lisans eğitimine sahip olan katılımcılara göre daha dengeli olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 11: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeklerinin Alt Boyutları Toplam Puanlarının Yaş Dağılımına Göre Anlamlılık Analizi

Ölçek Alt Boyutları Toplam Puanları	Yaş	N	Mean Rank	Chi-square	df	p
-------------------------------------	-----	---	-----------	------------	----	---

Yumuşak Başlılık	30 yaş Altı	190	236,90	9,533	3	0,023
	30-39 Yaş	172	219,07			
	40-49 Yaş	56	201,21			
	50 yaş ve üzeri	24	164,33			
Bilgi Eksikliği	30 yaş Altı	190	253,87	39,154	3	0,000
	30-39 Yaş	172	211,70			
	40-49 Yaş	56	138,57			
	50 yaş ve üzeri	24	229,00			
Kimlik Kargaşası	30 yaş Altı	190	247,53	26,655	3	0,000
	30-39 Yaş	172	215,03			
	40-49 Yaş	56	149,04			
	50 yaş ve üzeri	24	230,83			
Ani Duygu Değişimi	30 yaş Altı	190	231,79	21,854	3	0,000
	30-39 Yaş	172	218,52			
	40-49 Yaş	56	164,64			
	50 yaş ve üzeri	24	294,00			
Zayıf Varoluş	30 yaş Altı	190	243,18	24,597	3	0,000
	30-39 Yaş	172	213,94			
	40-49 Yaş	56	153,64			
	50 yaş ve üzeri	24	262,33			

Katılımcıların kişilik özellikleri ölçeği alt boyutlarından “**Yumuşak Başlılık**”; benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” alt boyutları ölçek puanları katılımcıların yaş dağılımlarına göre yapılan anlamlılık analizinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir. Tablo 11’deki sonuçlar incelendiğinde; kişilik özellikleri alt boyutu yumuşak başlılığın yaş dağılımına göre ters orantılı olarak değiştiği yani kişilerin yaşları arttıkça inatlaşma seviyelerinde artış olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda gençlerin yaşlılara göre daha yumuşak başlı oldukları söylenebilir. Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” gibi tüm boyutların en iyi algılandığı yaş aralığının 40-49 yaş aralığı olduğu, 30 yaş altında ve 50 yaş üzerinde benlik algısının zayıf olduğu tespit edilmiştir. Benlik algısının orta yaşlara yaklaştıkça geliştiği; yaşın ilerlemesiyle benlik algısının da zayıfladığı tespit edilmiştir.

Tablo 12: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeklerinin Alt Boyutları Toplam Puanlarının Gelir Düzeyine Göre Anlamlılık Analizi

Ölçek Alt Boyutları Toplam Puanları	Gelir Düzeyi	N	Mean Rank	Chi-square	df	p
-------------------------------------	--------------	---	-----------	------------	----	---

Yumuşak Başlılık	17.002 ve altı	120	248,40	10,057	3	0,018
	17.003 ve 35.000 gelir	54	231,54			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	214,13			
	55.000 ve üzeri gelir	220	210,34			
Özdenetimlilik	17.002 ve altı	120	247,50	18,090	3	0,000
	17.003 ve 35.000 gelir	54	262,39			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	200,21			
	55.000 ve üzeri gelir	220	201,93			
Bilgi Eksikliği	17.002 ve altı	120	259,07	33,285	3	0,000
	17.003 ve 35.000 gelir	54	261,24			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	236,33			
	55.000 ve üzeri gelir	220	188,02			
Kimlik Kargaşası	17.002 ve altı	120	274,10	28,752	3	0,000
	17.003 ve 35.000 gelir	54	213,72			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	204,17			
	55.000 ve üzeri gelir	220	198,50			
Ani Duygu Değişimi	17.002 ve altı	120	265,57	21,574	3	0,000
	17.003 ve 35.000 gelir	54	213,20			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	200,54			
	55.000 ve üzeri gelir	220	204,07			
Zayıf Varoluş	17.002 ve altı	120	255,67	27,356	3	0,000
	17.003 ve 35.000 gelir	54	266,83			
	35.001 ve 55.000 gelir	48	219,92			
	55.000 ve üzeri gelir	220	192,08			

Katılımcıların kişilik özellikleri ölçeği alt boyutlarından “**Yumuşak Başlılık ve Özdenetimlilik**”; benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” alt boyutları ölçek puanları katılımcıların gelir düzeylerine göre yapılan anlamlılık analizinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir. Tablo 12’deki sonuçlar incelendiğinde kişilik özellikleri alt boyutu yumuşak başlılık ve özdenetimlilik gelir seviyesiyle ters orantılı olarak değiştiği yani kişilerin gelir seviyesi arttıkça daha inatçı ve denetimsiz oldukları tespit edilmiştir. Gelir seviyesi düşükçe kişilerin daha yumuşak başlı ve özdenetim seviyelerinin

arttığı tespit edilmiştir. Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” gibi tüm boyutların ise gelir seviyesi arttıkça bireylerde daha iyi algılandığı söylenebilir.

4.5. Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısı Ölçeğinin Alt Boyutlarının Online Satın Alma Niyetleri Arasındaki İlişki Düzeyi

Araştırmanın bu aşamasında, kişilik özellikleri ve benlik algısının online satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmak için, her bir kişilik özelliği ve benlik algısı boyutunun, online satın alma niyeti ile aralarındaki ilişki boyutunu belirlemeye yönelik spearman korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü (pozitif veya negatif) ve gücünü (korelasyon katsayısı ile ölçülen) belirlemek için tercih edilmektedir. Bu analizde veriler normal dağılım göstermediği için kullanılan korelasyon katsayısı Spearman Korelasyon Katsayısı’dır. Korelasyon, iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve gücünün bir ölçüsü olarak tanımlanır. Özünde, bir değişkenin diğerine ne ölçüde bağlı olduğunu ve bir değişkenin diğerindeki değişikliklerden ne şekilde etkilendiğini gösterir (Karagöz, 2016; 557). Hesaplamalar sonucunda elde edilen sonuçlar tablolar halinde verilerek açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 13: Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Benlik Algısının Alt Boyutlarının Online Satın Alma Niyetleri Arasındaki İlişkin Tespiti Korelasyon sonuçları

		Online Satın Alma Niyeti
Dışadönük	r	0.148
	p	0.002
Yumuşak Başlılık	r	0.129
	p	0.007
Özdenetimsizlik	r	0.170
	p	0.000
Duygusal Denge (Nörotiklik)	r	0.139
	p	0.004
Deneyime Açıklık	r	0.125
	p	0.008
Bilgi Eksikliği	r	0.145
	p	0.002
Kimlik Kargaşası	r	0.161
	p	0.001
Ani Duygu Değişimi	r	0.183
	p	0.000

Tablo 13 incelendiğinde; tüm kişilik özellikleri alt boyutları ile online satın alma niyeti arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkin varlığı bireyler hangi kişilik özelliğine sahip olursa olsun, kişilik özellikleri belirginleştikçe online satın alma niyetinde artış olacağı söylenebilir. Benlik algısı ve online satın alma niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde ise zayıf varoluş benlik algısına sahip bireylerin online satın alma niyeti arasında herhangi bir ilişki tespit edilemezken diğer benlik algısı alt boyutları arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yani kendisi hakkında yeterince bilgiye sahip olan, duygu değişimini kontrol eden ve kimlik kargaşası yaşamayan bireylerin online alışveriş eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir. Derin bir tatminsizlik yaşanan zayıf varoluş benliğine sahip bireylerin ise online alışveriş eğiliminin

olmadığı tespit edilmiştir. Çünkü bu bireyler zaten yaptıkları iş veya davranışlardan tatmin olmama eğilimi göstermektedirler.

SONUÇ

Araştırmanın amacı doğrultusunda, Sivas il merkezinde yaşanan tüketicilerin kişilik özellikleri ve benlik algılarının online alışveriş niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik katılımcılara, online anket uygulaması yapılarak elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgular Kişilik özellikleri, Benlik Algısı ve online satın alma niyetlerine ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Katılımcıların kişilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sonuçlar;

- Katılımcıların neredeyse tümü kendilerini güvenilir biri olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca kendilerini sosyal, dışadönük, stresle başa çıkabilen bireyler olduklarını yeteneklerinin ve kişisel özelliklerinin farkında olduklarını,
- Katılımcılar kendilerinin içine kapanık, yavaş hareket eden ve başkalarının hatasını bulma gibi olumsuz özellikleri özelliklerinin olmadıklarını,
- Katılımcılar sanatsal yeteneklerinin farkındalığı ve sınırlanan bireyler olduğu hususunda olumlu ve olumsuz kanı oluşturamadıkları tespit edilmiştir.
- Kişilik özellikleri ölçek alt boyutları ve ölçek puanı hesaplandığında katılımcıların kişilik özelliklerinde en yüksek ortalama puanın “**Yumuşak Başlılık**” olduğu tespit edilmiştir. Yani katılımcılar kendilerinin uyumlu, yardımsever, anlayışlı ve diğer insanlarla iş birliği yapmaya istekli olduğunu ayrıca yumuşak başlı insanların genellikle empati kurma yeteneği yüksek, başkalarının duygularını anlama ve dikkate alma eğiliminde olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca araştırmada kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre daha yumuşak başlı oldukları tespit edilmiştir.
- Ölçekteki alt boyutlardan en düşük ortalama puanın ise “**Dışadönük**” kişilik özelliği olduğu görülmektedir. Bu puanın düşük olması bu kişilerin yalnız kalmaktan ya da küçük, tanıdık sosyal gruplarla vakit geçirmekten hoşlandıklarını, sessiz, düşünceli ve bağımsız olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu kişilik özelliğinde de katılımcıların ortalama puanları cinsiyete göre karşılaştırıldığında kadın katılımcıların erkeklere göre daha sosyal olduklarını yani erkeklerin daha içe kapanık oldukları söylenebilir.
- Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından sadece “**Duygusal Denge (Nörotiklik)**” boyutunda erkek katılımcıların ortalama puanı kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre erkeklerin duygusal dengelerinin kadınlara göre daha az değişkenlik gösterdiği, başak bir ifadeyle kadınların duygu değişkenliğinin erkelere göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Katılımcıların benlik algısına yönelik sonuçlar;

- Katılımcılar kendilerini tanıma, gelecekle ilgili uzun vadeli planlarına yönelik iyimser bir düşünce içinde oldukları ve gruplar içerisinde kendilerini ifade edebildiklerini belirtmişlerdir.
- Benlik algısı ölçeğinin alt boyut ortalama puanları incelendiğinde kadın katılımcıların tüm boyutlarda erkek katılımcılara göre daha yüksek ortama puana sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu puanların yüksek olması benlik algısının kadın katılımcılarda daha zayıf olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre;

- Kendileri hakkında farkındalıklarının düşük olduğunu, kendi değerleri, inançları ve özellikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını,
- Kimlikleriyle ilgili net bir anlayışa sahip olmadığını, kim olduğu ve ne istediği konusunda ciddi belirsizlikler yaşadıklarını,
- Duygusal durumlarında sık ve ani değişimler yaşadıklarını, duygusal istikrarın düşük olduğunu,
- Kendilerini değersiz, yetersiz veya anlamsız hissettiğini, varoluşuna dair derin bir tatminsizlik ve boşluk hissettikleri ifade edilebilir.

Anlamlılık Analizlerine ilişkin sonuçlar;

- Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha deneyim acık oldukları ve yeni şeyleri denemede daha cesur oldukları,
- Evli katılımcıların bekar katılımcılara göre benlik algılarının daha fazla geliştiği ve evli katılımcıların kendilerini daha iyi tanıdıkları, istedikleri ve hissettikleri açısından herhangi bir kargaşa yaşamadıkları ve tatmin düzeylerinin bekar katılımcılara göre daha yüksek olduğu,
- Kişilik özellikleri alt boyutlarından duygusal dengenin eğitim seviyesiyle doğru orantılı geliştiği, kişilerin eğitim seviyesi arttıkça, sakin, strese karşı dayanıklı ve duygusal olarak istikrarlı olduğunu,
- Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Kimlik Kargaşası ve Ani Duygu Değişimi**” lisans üstü eğitim seviyesinde (lise ve Lisans) gibi diğer iki eğitim seviyesine göre daha az yaşandığını, ayrıca lise eğitim seviyesindeki katılımcıların benlik algısının lisans eğitimine sahip olan katılımcılara göre daha dengeli olduğu,
- Kişilik özellikleri alt boyutundan yumuşak başlılık yaş dağılımına göre ters orantılı olarak değiştiği yani kişilerin yaşları arttıkça inatlaşma seviyelerinde artmakta olduğu, Gençlerin yaşlılara göre daha yumuşak başlı oldukları,
- Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” gibi tüm boyutların en iyi algılandığı yaş aralığının 40-49 yaş aralığı olduğu, 30 yaş altında ve 50 yaş üzerinde benlik algısının zayıf olduğu, benlik algısının orta yaşlara yaklaştıkça gelişiyor ve yaşın ilerlemesiyle de zayıfladığı,
- Kişilik özellikleri alt boyutlarından yumuşak başlılık ve özdenetimlilik gelir seviyesiyle ters orantılı olarak değiştiği yani kişilerin gelir seviyesi arttıkça daha inatçı ve denetimsiz oldukları, gelir seviyesi düşükçe kişilerin daha yumuşak başlı ve özdenetimli oldukları,
- Benlik algısı ölçeğinin alt boyutlarından “**Bilgi Eksikliği, Kimlik Kargaşası, Ani Duygu Değişimi ve Zayıf Varoluş**” gibi tüm boyutların ise gelir seviyesi arttıkça bireylerde daha iyi algılandığı tespit edilmiştir.

Kişilik özellikleri ve benlik algısı ölçek alt boyutlarının online satın alma niyetleri üzerindeki etkisini tespitine yönelik elde edilen korelasyon sonuçları;

- Kişilik özellikleri alt boyutlarının tümü ile online satın alma niyeti arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkinin varlığı bireyler hangi kişilik özelliğine sahip olursa olsun, kişilik özellikleri belirginleştikçe online satın alma niyetinde artış olacağı söylenebilir.

- Benlik algısı ve online satın alma niyeti arasındaki ilişki incelendiğinde ise zayıf varoluş benlik algısına sahip bireylerin online satın alma niyeti arasında herhangi bir ilişki tespit edilemezken diğer benlik algısı alt boyutları arasında düşük seviyede anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yani kendisi hakkında yeterince bilgiye sahip olan, duygu değişimini kontrol eden ve kimlik kargaşası yaşamayan bireylerin online alışveriş eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir. Derin bir tatminsizlik yaşan zayıf varoluş benliğine sahip bireylerin ise online alışveriş eğiliminin olmadığı tespit edilmiştir. Çünkü bu bireyler zaten yaptıkları iş veya davranışlardan tatmin olmama eğilim göstermektedirler.

KAYNAKÇA

- Alarcon, G.; Eschleman, K.J. ve Bowling, N.A. . (2009). Relationship Between Personality and Burnout: A Meta-Analysis. *Work & Stress*, 23(3), 244-263.
- Arslan, R., & Demir, G. (2022). G-Power ve Minitab Uygulamalı Örneklem Yöntemleri. Nobel Bilimsel.
- Arslan, R. ve Bardakçı, S. (2022). Online Yemek Sipariş Seçimi Kriterlerinin Üniversite Öğrencilerine Göre Önem Düzeyleri, 10TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES, Diyarbakır, Türkiye, 15 -17 Ekim 2022, cilt.10.
- Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1987). Neuroticism, Somatic Complaints and Disease: Is the Bark Worse than the Bite. *Journal of Personality*, 55, 299-316. .
- Adıgüzel, A. T. (2010). Sanal mağaza atmosferini etkileyen özellikler ve tüketici tercihleri üzerindeki rolü: Online tüketiciler üzerine bir araştırma. *Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Algür, S. v. (2011). Türk Tüketicilere Göre Online Alışverişin Riskleri ve Yararları. *Journal of Yaşar University*, 3666-3680.
- Altunay, A. &. (2006). Hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinin benlik kavramı. *Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 131, 46-59.
- Altunışık, R. (2010). *Alışveriş Çılgınlığı: Tüketici Gözüyle Alışveriş Çılgınlığı Olgusunun İncelenmesi Üzerine Bir Nitel Araştırma*. İzmir: Detay Yayıncılık.
- Atak, H. (2013). On-Maddeli Kişilik Ölçeği'nin Türk Kültürü'ne uyarlanması. *Nöropsikiyatri Arşivi*, 50, 312-319.
- Bitlisli, Ö. G. F., & Mehmet Dinç, O. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Akademik Güdülenme İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 459-480.

- Costa, P.T. ve McCrae, R.R. (1992). Normal Personality Assessment in Clinical Practice the NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 4(1), 5-13.
- Digman, J. (1990). Personality Structure: Emergence of the Five Factor Model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417-440.
- Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*.
- Gülaçtı, F., & Baydaş, A. . (2022). BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK MODELİNİN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: OTOMOBİL SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA. . *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 9(81), 528-543.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative “description of personality”: The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216–1229.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), pp. 319-340.
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A. (2017). Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 398-408.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (2008). *The five-factor theory of personality*. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (3rd ed., pp. 182–207). New York: Guilford Press.
- McCrae, R.R. ve John, O.P. . (1992). An Introduction to Five Factor Model and Its Applications. *Journal of Personality*, 60, 175-215.
- Sargın, S., & Koçer, L. L. (2020). Marka kişiliği ve benlik saygısı kavramlarının tüketici satın alma tarzları üzerindeki etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (50), 23-57.
- Şahin, B. G., & Akballı, E. E. (2019). Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler ve yöntem analizi. *Doctoral dissertation, Aytekin Demircioğlu*.
- Thoms, P.; Moore, K.S. ve Scott, K. . (1996). The Relationship Between Self-Efficacy for Participating in Self-Managed Work Groups and the Big Five Personality Dimensions. *Journal of Organizational Behavior*, 17, 349-362. .
- Tekin, Halil (1987). Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme, Mesa Yayınları, Ankara, s. 262.



INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE ACADEMIC RESEARCH

Available online, ISSN: 2757-959X | www.ijerdersi.com | Economic and Administrative Academic Research

SAĞLIKTA İLETİŞİMİN ROLÜ

Hande HAYKIR^a

*Corresponding Author

ARTICLEINFO

Research Article

Received : 13/09/2024
Accepted : 06/10/2024

Keywords:

Health Communication,
Communication,
Compilation

ABSTRACT

Communication has an undeniable importance in the field of health, as in all areas of life. Health communication is an important field of science and practice that is at the center of health services. Communication is a complex discipline that can occur between individuals, within groups, between groups, and at the societal level. Today's world of healthcare and communications presents significant changes, opportunities and challenges. On the one hand, there are large gaps in communication practices in the health sector, on the other hand, health communication and informatics develops standards and effective communication strategies. The purpose of this article; The aim is to discuss suggestions that may guide health professionals in connecting with the current literature through the effective use of health communication in the process of health service delivery.

Uluslararası İktisadi Ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi, 4(2), 2024, 95-107

THE EFFECT OF THE UNCERTAINTY ENVIRONMENT ON DEPOSITS, LOANS AND NON-PERFORMING RECEIVABLES IN TERMS OF CONVENTIONAL AND PARTICIPATION BANKING: QUANTILE REGRESSION ANALYSIS

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş :13/09/2024
Kabul : 06/10/2024

Anahtar Kelimeler:

Sağlık İletişimi, İletişim,
Sağlık

ÖZ

Hayatın her alanında olduğu gibi sağlık alanında da iletişim yadsınmaz bir öneme sahiptir. Sağlık iletişimi, sağlık hizmetlerinin merkezinde yer alan önemli bir bilim ve uygulama alanıdır. İletişim, bireyler arasında, gruplar içinde, gruplar arasında ve toplumsal düzeyde gerçekleşebilen karmaşık bir disiplindir. Günümüzün sağlık ve iletişim dünyası önemli değişiklikler, fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Bir yandan sağlık sektöründe iletişim uygulamalarında büyük boşluklar bulunurken, diğer yandan sağlık iletişimi ve bilişimi standartlar ve etkin iletişim stratejileri geliştirmektedir. Bu makalenin amacı; sağlık hizmet sunumu sürecinde sağlık iletişiminin etkin kullanımı üzerinden sağlık profesyonellerinin güncel literatür ile bağlantı kurmalarında yol gösterici olabilecek önerileri tartışmaktır.

^a hande.haykirr@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0001-9930-3420>

GİRİŞ

Sağlık iletişimi, psikoloji, ekonomi, işletme, kamu politikası, medya çalışmaları ve sosyal pazarlama gibi çeşitli disiplinlerden yararlanan disiplinler arası bir alandır. Bu alan, disiplinin sağlık geliştiricisi ve hastalıkların büyümesinin belirtilerine odaklanmaktadır (Rimal ve Lapinski, 2015). Sağlık iletişimi, toplumun genel düzeyine hitap eden kişiler arası ya da kitlesel iletişim faaliyetleri şeklinde yürütülmelidir (Nutbeam, 2000). 21. yüzyılda, halk sağlığı sorunlarının başında sağlık eşitsizlikleri gelmektedir. Bu eşitsizliklerin giderilmesine yönelik acil ihtiyaç, halk sağlığı uzmanlarını daha etkili iletişim stratejileri geliştirmeye yönlendirmektedir (McCormack ve ark., 2016). Sağlığı geliştiren bireysel ve toplumsal kararları etkilemek amacıyla yöntemlerin incelenmesi ve sağlıklı iletişimin sağlanması esastır. Sağlık iletişimi, ilk olarak 1975 yılında Uluslararası İletişim Derneği'nin Sağlık İletişimi Bölümü kapsamında bir alt alan olarak kabul edilmiş, 1985 yılında ise Ulusal İletişim Derneği tarafından bağımsız bir bölüm olarak kurulmuştur. 1997 yılında Amerikan Halk Sağlığı Derneği'nin Halk Sağlığı Eğitimi ve Sağlığı Geliştirme Bölümü tarafından da resmi olarak süreklilik kazanmıştır (Freimuth, 2006). Sağlık iletişimine ilk kez Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) Sağlıklı İnsanlar 2010 hedeflerinde bir bölüm tahsis edilmiştir. Sağlık iletişiminin, sağlığın geliştirilmesi ve teşviki, bireylerin yaşam kalitesi ve hastalıkların önlenmesi dâhil olmak üzere, sağlığın neredeyse bütün yönleriyle ilgili olduğu görülmektedir (Rimal ve Lampinski, 2009).

Sağlık hizmetleri açısından, verilecek hizmetin türü ve niceliğinin belirlenmesi için öncelikle hastaların başvuru nedenlerinin, hizmet sırasında beklentilerin ve bu sonuçların nasıl alındığının belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca benimsenen tedavi yaklaşımının, bireysel kültür ve inançlarına uygun olması önemlidir. Bu unsurların bir araya gelmesi etkili iletişim ile mümkün olabilir (Murray, 2020). Hastalık sürecinde doktorlar, hastalara çeşitli tedavi yöntemleri ve uygulamalar önermektedir. Bu önerilerin hayata geçirilmesi ise hastanın doktora ve sağlık sistemine duyduğu güvenle yakından ilişkilidir. Tedavi sürecinde hekimin, sağlık sisteminin işleyişini ve tedavinin detaylarını hastaya etkili bir şekilde anlatıp ikna edebilmesi, tedavinin uygulanabilirliğini artırır. Çünkü birçok tedavi, sağlık hizmetlerinin kapsamı dışında kalan masraflar nedeniyle hastaların bireysel çabalarıyla devam etmektedir (Katz ve ark., 2016). Bu durum göz önüne alındığında, sağlık hizmetlerinde iletişimin bir yansıması olarak sağlık iletişimi,

ister sağlık kuruluşları, ister sağlık personeli veya sağlık hizmeti müşterisi olarak hastalar tarafından dikkatle incelenmesi gereken önemli bir konudur (Akbolat ve Ünal, 2018).

Sağlık İletişimi

Sağlık iletişimi, sağlığı iyileştirmek için karar alabilmek ve eylemleri uygulamak için iletişim stratejilerinin incelenmesi ve kullanılması olarak tanımlanabilir (Health Communication Basics, 2020). Literatürde pek çok farklı tanım bulunmakla beraber kısaca sağlık iletişimi, sağlık ile ilgili grup ya da kişilerin kendi amaçları doğrultusunda kurdukları sağlık merkezli iletişim olarak tanımlanabilir (Hoşgör, 2014). Başka bir deyişle, hasta veya benzer bir deneyim yaşamış herhangi bir kişi tarafından, hastanın sağlık durumu, teşhisi veya tedavi süreci hakkında doktor ya da diğer sağlık çalışanları ile bilgi alışverişi süreci olarak tanımlanabilir. Öte yandan sağlık iletişimi, sağlık profesyonelleri ile iletişimden daha fazlasıdır. Örneğin, bir kişinin belirli bir hastalıktan şikayeti varsa, benzer bir hastalığı yaşamış başka bir kişiden hastalığı hakkında bilgi alabilir ve yine sağlık kategorisine giren tedavi için hangi kurumlara gitmesi gerektiğini analiz edebilir (Akbolat ve Ünal, 2018). Hekimlerin de iletişim sürecinde farkındalığı süreç açısından önemlidir. Sadece hasta ve hekim değil bütün sağlık profesyonellerinin iletişim becerileri konusunda donanımlı olmaları, hastaların sağlığı ve memnuniyeti ile kurumların başarisında önemli rol oynamaktadır (Hoşgör, 2014). Özetle, hasta ve hastane personeli arasındaki sağlık iletişimi; hastaların alınan hizmetlerden memnuniyetini, sağlık profesyonellerinin güvenini, sağlık hizmetlerinin etkinliği ile tedavi süresinin seyrini doğrudan etkilemektedir .

Hipokrat tarafından M.Ö. 460-370 yılları arasında yazılan tıp metinleri ve deontolojinin etik kurallar temeli olan Hipokrat Yemini (Hippocratic Oath), ve daha sonra Galen'in M.Ö. 131-201, Hunayn İbn Ishaq al-'Ibadi'nin M.Ö. 809-873 ve İbni Sina'nın M.Ö. 980-1037 yıllarında kaleme aldıkları yazılar, sağlık iletişiminin ilk örnekleri olarak değerlendirilmektedir (Thompson, 2014).

Sağlık iletişiminin önemli bir disiplin halini almasının asıl sebebinin, 1971 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Ulusal Kanser Enstitüsü (National Cancer Institute) tarafından çıkartılan Ulusal Kanser Yasası'nın (National Cancer Act) hizmet sağlayıcısı olarak kurulan Kanser Enformasyon Hizmetleri (CIS-Cancer Information Service) biriminin konuya gösterdiği önem sayesinde olduğu söylenebilir (Mukherjee, 2012). Bu

yalnızca Amerika’da değil aynı zamanda tüm dünyada kanser sebepleri, kanserin tedavisi ve önlenmesi gibi konularda hizmet sağlayan, en uzun süreli sağlık iletişimi programıdır.

Sağlık iletişimi, bir süreç olarak, bireyleri bu sürece dâhil etmeye, fikir birliği oluşturmaya ve onları ikna etmeye yönelik çabalar içerir. (Schiavo, 2014). Yaratıcılık, iletişimcinin hedef kitleye ulaşmak için birçok seçenek, format ve kanal değerlendirmesine olanak tanır ve bu durum, sağlık bağlantısının başarısında kilit rol oynar (Betsch, 2020). Aynı zamanda, belirli sağlık müdahalelerinin sürekliliğini sağlar ve maliyet performansını artırmaya yönelik çözümlere ulaşmaya yardımcı olur (Rimer ve Glanz, 2018).

Sağlık iletişimi Türleri

İletişim kullanım biçimlerinin sınıflandırılmasına bağlı olarak, sağlık iletişimin farklı boyutlarından söz edilebilir Bunlar;

- 1- İçsel iletişim,
- 2- Bireyler arası iletişim,
- 3- Grup ya da takım iletişimi,
- 4- Kurumsal iletişim,
- 5- Kitlesele iletişim şeklinde sıralanabilir.

İçsel İletişim

İçsel iletişim; insanları motive eden, ne düşündüklerini ve neye ihtiyaç duyduklarını anlamalarına yardımcı olan bir iletişim şeklidir. Örnek vermek gerekirse, bir doktorun veya bir hastanın kendisiyle olan iç diyalogu bu iletişimin ana konusudur. Bir diğer konu ise, kişinin iç dünyasıyla kurduğu diyalog çerçevesinde, sağlıkla ilgili bilgilere ihtiyaç duyup duymadığı, kullanıp kullanmadığı ve klinik tavsiyelere uyup uymadığıdır (Yüksel, 2021).

Bireyler Arası İletişim

Sağlık hizmetlerinde en yaygın ve bilinen iletişim uygulama alanı, kişilerarası iletişimidir. Makroskobik ve disiplinler arası sağlık iletişimi stratejilerinin temel amacı, doktorlar ve hastalar arasında, ayrıca doktorlar, hastalar ve sağlık personeli arasında etkili iletişim bağları kurmaktır. Bu durum, birçok farklı disiplinde uzmanlığa sahip sağlık kuruluşu sunucularının kişisel tutum ve davranışlarında olduğu kadar kişiler arası yakın ilişkilerin gerçekliğinde de önemli rol oynamaktadır. İlgiye ve şefkate ihtiyacı olan bir hastaya gülümsemek ve samimi olmak en etkili tutum ve davranış olarak kabul edilir. Karşıt davranışların hastaların sağlığını olumsuz etkilemesi kaçınılmazdır (Kihtir, 2011).

Doktor-hasta, doktor-doktor, doktor-hemşire, hasta-hasta, sağlık meslek mensubu-hasta gibi bireyler arası çeşitli iletişimler empati, kontrol (kişisel veya ilişkiler), güven, benlik olarak sınıflandırılabilir. Kişilerin yüz yüze, telefon veya e-posta gibi çeşitli etkileşim biçimleri bu başlık altında yer almaktadır (Yüksel, 2021).

Grup İletişimi

Öğrenme, tutum değiştirme, sağlık iletişimini benimseme ve uygulama süreci farklı büyüklükteki gruplarda gerçekleşir. Özellikle ortak karar alma bağlamında grup özellikleri ve grup iletişimi önemlidir (Tabak, 2003). Gruplar sağlık bilgilerini üyelerine iletebilir ve hastalık tedavisi için üyelerinin yaşam tarzlarında değişiklikler yapabilir. LÖSEV'in kurduğu dernekler, diyaliz ve şeker hastaları bu tür gruplara örnektir. Bu gruplar ait oldukları hastalara destek ve savunuculuk sağlarken, sağladıkları bilgileri grup içinde kişisel ve toplumsal sağlık bilincinin geliştirilmesinde aktif rol oynamak için kullanmaktadırlar (Koçak ve Bulduklı, 2010).

Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim boyutunda sağlık kurumunun genel çerçevesine değinmek gerekir. Hemşireler Derneği, Tabipler Birliği ve Sağlık Bakanlığı, tek bir kuruluş olarak tanımlanabilir. Bunun yanı sıra tüm sağlık kuruluşları, kurumsal iletişim alanında çalışmaktadır. Kurumsal iletişim, kurum yöneticilerinin çalışanlarına ve kurumun hedef kitlesine yönelik tüm iletişim çabalarını içermektedir. Kuruluşun tedarikçileri, rakipleri veya diğer kişilerle olan kurumsal faaliyetleri bu kapsamda yer almaktadır. Örneğin; bir sağlık tesisindeki yönlendirme levhaları, bilgilendirme amaçlı pano ve ekranlar, danışma masaları, tesisin hedef kitlesiyle iletişim çabasına örnek olarak verilebilir. Kurumsal imaj, reklam ve tanıtım amaçlı kurumsal gazete veya dergiler veya web siteleri gibi tüm başvurular da bu kapsamda değerlendirilmektedir (Yüksel, 2021).

Kitlesel-Toplumsal İletişim

Kitlesel-toplumsal iletişim, en genel anlamda iletişim kampanyaları ve halkla ilişkiler faaliyetleri ile birlikte medya ve kitle iletişim araçları aracılığıyla sağlıkla ilgili sosyal hizmetlerin ve uygulamaların gerçekleştirildiği bir iletişim türüdür. Medya, kitle iletişiminde olanak tanıyan her türlü ortamı kapsar. Bu bağlamda, kitap, fotoğraf, film, gazete, televizyon, internet, afiş, billboard ve telefon gibi çeşitli araçlar medya kavramına dâhildir (Freimuth, 2006).

Sağlık İletişiminin Önemi

İletişim, insan olarak kim olduğumuzun merkezinde yer alır. Bilgi alışverişi yapma şeklimizdir; aynı zamanda sembolik yeteneğimizi de ifade ettiği söylenebilir. Bu işlevler, James Carey'in, iletişimin aktarımı ve ritüel görüşleri olarak tanımladığı durumu yansıtmaktadır (Rimal ve Lampinski, 2009).

Sağlık eşitsizliklerinin temel nedenleri, bireysel davranışlar, hizmet sağlayıcının bilgi ve tutumları, sağlık sisteminin organizasyonu ile toplumsal ve kültürel değerlerle ilgilidir. Sağlık eşitsizliklerini ortadan kaldırmaya yönelik çabalar, kültürün yalnızca azınlık nüfusların değil, aynı zamanda halk sağlığı politika yapıcılarının ve tıbbi hizmetlerin sunumundan sorumlu sağlık profesyonellerinin ve sağlık sorunlarını kapatmak için tasarlanmış halk sağlığı müdahalelerinin tutumları, inançları ve iletişim uygulamaları üzerindeki etkisiyle giderilmeye çalışılmaktadır. Sağlık iletişimi programlarının işe yaraması, hem etkilenen bireylerin ve toplulukların sağlık iletişimi müdahalelerinin oluşturulmasına aktif katılımını hem de mesaj geliştirmede kültürün dikkate alınmasını gerektirir (Stephen, Fine ve İbrahim, 2011).

Büyük tehditlerin yarattığı küresel zorluklar göz önüne alındığında, sağlık iletişimi uzmanları ve uygulayıcıları sağlıkta olası bir iletişim problemini önlemenin ve bununla birlikte insan davranışını teori prizmasından anlamının önemini kabul etmektedir. Bu durum, sağlık davranışlarındaki risk algılarının, sosyal normların, duyguların ve belirsizliğin rolü hakkında kuramlaştırmaya yol açmıştır (Brashers, 2006). Davranış bilimciler arasında insan davranışının nedenlerinin birbirini destekleyen birden çok düzeyde bulunduğu kabul edilmesi, çok düzeyli müdahalelerin tasarlanması ve test edilmesinde güçlükler doğurur. Sağlık davranışı belirleyicilerinin bu karmaşıklığı, değişimi etkili bir şekilde teşvik etmek için çok disiplinli bir yaklaşımı da gerektirir, bu da müdahalelerin çeşitli profesyonel geçmişlerden gelen uzmanlığı içermesi gerektiği anlamına gelir (Nutbeam, 2020). Son olarak, hızla değişen iletişim kanalları nedeniyle, sağlık iletişimi müdahalelerinin, hedef kitlelerini teknoloji kullanım düzeylerinde karşılamak için ekstra çaba sarf etmesi gerekmektedir. Sağlık iletişimi alanı, insan davranışını değiştirme ve iletişim süreçlerini anlama açısından pratik ile teorik birleştirmeye yaptığı vurgu nedeniyle önem kazanmaktadır. Bu yaklaşım, halk sağlığı açısından oluşan tehditlerin (hastalıklar ve çevresel felaketler yoluyla) insan davranışından kaynaklandığı bir zamanda geçerli olmaktadır (Nutbeam, 2020). Farklı disiplinlerden araştırmacıları ve uygulayıcıları bir araya getirerek ve çok düzeyli teorik yaklaşımları benimseyerek, sağlık iletişimcileri hayatları iyileştirmek ve kurtarmak için anlamlı girdi sağlamak adına eşsiz bir fırsata sahip olurlar.

Sağlık İletişimi Modelleri

Bireyler yaşamları boyunca sağlıkla ilgili belirli davranışlarda bulunurlar. Bu açıdan sağlık iletişimi modeli, davranışlarının standartlarını açıklamaya çalışan iletişim modelidir. Her modelin dayandığı noktadan hareketle insan sağlığı eylemlerinin nedenlerini ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Sağlık iletişiminde kullanılan modeller ise;

- Retorik Model
- Semiyotik Model
- Fenomonolojik Model
- Siberetik Model
- Sosyo-psikolojik Model
- Sosyo- kültürel Model
- Eleştirel Yaklaşım

olarak ele alınmaktadır (Bulduklu, 2010).

Retorik Model

Retorik, söz söyleme sanatıdır. Bu tür iletişimde kaynak, sözlü veya sözsüz olarak, özellikle alıcıyı tatmin edecek şekilde iletmek istediğini ifade etmektedir. Bu modelde mesajlar, tanımlanmış bir bireyi veya grubu etkilemek için hedefin özelliklerine göre yapılandırılır. Yalnızca sembollerini iletmek yeterli olmamaktadır. Anlamı kaynak belirlemektedir. Mesajın kurgulanması sonunda ise amaçlanan davranışın hedef kitle tarafından sergilenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde iletişimin başarısız olduğu söylenmektedir (Yılmaz, 2018). Retorik iletişimde dört amaç bulunmaktadır. Bunlar; anlamak, tutum geliştirmek, tutumları güçlendirmek ve değiştirmektir. Bu modelde, tutum ve anlayış açısından çözüm üretmek amaçlanmaktadır. Retorik modeller, sağlıklı iletişimde alıcı ve kaynak arasında gelişen uyumsuzluğu ve gerilimi azaltarak mesajların daha başarılı bir şekilde iletilmesinde rol oynar (Tabak, 2006).

Semiyotik Model

Semiyotik terimi, iletişimde belirli ifadelerin yorumlanması ve anlaşılmasına yönelik çalışmaları ifade etmektedir (Şanjarhan, 2011). Günlük yaşamda kullanılan teşvik edici ve bilgilendirici simgeler, semiyotik iletişimin temelini oluşturur. Emiyotik modelde bilgi, alıcı için daha etkilidir çünkü iletişim, bireylerin zihinlerinde oluşturdukları semboller aracılığıyla gerçekleşir. Kaynak istenilen amaca ulaşamaz ise, iletişim süreci başarısız olabilir ve kaynak ile hedefin sağlık açısından zarar görme olasılıkları yükselmektedir (Babrow ve Mattson, 2003).

Fenomenolojik Model

Bir araç bağımsız olarak bağımsız denetime dayalı bir yöntemle, temel olarak kişinin mesajdan çıkardığı anlama göre şekillenir ve bu anlam süreci sonunda ortaya çıkar (Barnlund, 2008). Bu modelde başarı kriteri, hedeflenen kişinin söylediği şekilde istenilen şekilde anlaşılıp anlaşılmasıdır. yaygın, çevreleriyle sürekli etkileşim halinde olduklarından, temas ettikleri kişilerden farklı şekilde etkilenebilirler (Littlejohn ve Fos, 2010). Deneyim ve gözlemleri de

iletişim sürecini etkilerler. Sağlık alanında aktif olarak uygulanan bu modelde iletişimin başarılı olabilmesi için bireyin ihtiyaçları ve özellikleri de etkilidir. Bu modelde, kaynak ve hedef arasında bire bir görüşme gereklidir. Mevcutta sürece dahil olan araç, simge vb. iletişim sürecini olumsuz etkilemektedir. (Babrow ve Mattson, 2003).

Sibernetik Model

Sibernetik, hayvan ve makinaları inceleyen bir iletişim bilimi olmanın yanı sıra, sağlık alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Sibernetik iletişim modeli, bireyleri etkileyen sistemleri incelemektedir. İletişim sırasında bu sistemlerin bireyler üzerindeki etkisi dikkate alınarak mesajlar oluşturulmalıdır (Yılmaz, 2018).

Model, bireylerin faktörlerini odaklayarak iletişimin sağlıklı bir şekilde sonlandırılmasına katkıda bulunur. Parçaların sadece kendi parçaları ele almakta, doğru parçaları varmayı zorlaştırabilir. Örneğin, yılın aynı dönemdeki bir sağlık döngüsüne boyunca bir kişinin geçmişini, masraflarını veya geçen yılın aynı dönemde öğrendiklerini öğrenebilir, daha hızlı ve doğru sonuçları elde edebilir (Gergen, 2014).

Sosyopsikolojik Model

Sosyopsikolojik model için, belirsizlikler ve beklentiler yönünden gerilimleri azaltıcı nitelikte olduğu söylenebilir. Sosyopsikolojik modelde iletişim, yargıların, duyguların ve kişisel inançların etkilediği bir süreçtir. Model, toplumdaki herkesin birbirini etkilediği varsayımı üzerinde durur (Babrow ve Mattson, 2003)

Sosyokültürel Model

Toplum bireyleri birçok yönden etkiler ve bu etkinin bireysel tutum ve davranışlar üzerinde önemli etkileri vardır. Sosyo-kültürel modeller, bireyleri sosyal statüleri açısından ele almaktadır. Bireylere bilgi aktarabilen kaynakların, yaşamlarının sosyal aerodinamiğine sahip olması sosyokültürel modeller için esastır. Ayrıca bu modele göre kaynaklar, toplumun bireye biçtiği rolü ve bireyin toplumdaki yerini de dikkate almaktadır. Çünkü birey, içinde yaşadığı toplumun özelliklerini taşımaktadır (Bulduklı, 2010).

Sosyalleşme sürecinde kişide tutum ve davranışları etkileyen bazı değişiklikler meydana gelir. Bu değişikliklerden biri sağlık iletişimiyle yakından ilgili biyolojik değişikliklerdir. Biyolojik değişimler beslenme ve hastalık gibi davranışları ortaya koymaktadır (Gülner ve Balcı, 2011). Örneğin, Asya ülkelerinde "pescaria" olarak bilinen yemek sınırları içinde kümelenmiş hayvanlar ve kırmızı et tüketilmezken, deniz ürünleri fazla tüketilmektedir. Bu beslenme alışkanlığı, toplumdaki obezite oranlarını düşük tutmakta ve yaşam süresi ortalamasından daha uzun süre almaktadır (Kobayashi vd., 2020). Bu biyolojik, toplumsal eğitim içeriğini gösterebilir, iletişimin başarısını arttırabilir. Sosyokültürel modeller, sağlık değişimlerinin, içinde buldukları toplumun özelliklerine göre şekillendiği şekillerde yer

aldığı altında, var olan toplumsal değerlere uygun mesajların diğer modellere göre sağlık açısından daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Sallis ve Owen, 2015).

Eleştirel Yaklaşım

Eleştirel yaklaşıma göre, içinde bulunulan toplumsal bireyleri olumsuz etkiler. Toplumun, bireylere belirli kısıtlamalar getirir ve bu kısıtlamalar kişisel tanıma işleminin bir sonucu olarak ayarlanabilir bir kalıba alınmasına neden olur (Giddens, 2021). Birey, toplumdan alınan etkilerle şekillenir ve iletişim sürecinde toplumsal koşulların bir sonucu olarak, toplumun kendisine biçtiği rolden kopamaz (Foucault, 2022). Eleştirel yaklaşım, kabul görmüş yaklaşımların her birey için etkili olmayabileceğini varsayar ve hasta hak ve görevlerinin belirlenmesinde mevcut iletişim yapılarını eleştirir (Babrow ve Mattson, 2003). Bireysel farklılıkları ve bu süreçte toplumun göz ardı ettiği bazı yapıları ele alma gereğini vurgulayan eleştirel bir yaklaşım izleyen sağlık iletişimi, mevcut yapılar içinde doğru ve net sonuçlar üretemeyecektir.

Sağlık İletişimi ve Sağlık Okuryazarlığı İlişkisi

Sağlık okuryazarlığı, hastanın bilmesi ya da öğrenmesi gereken tıbbi bilgiyi yorumlayıp anlayabilmesi ve konuyla alakalı davranış gösterebilmesi olarak tanımlanabilir. Hastalar, sağlık sistemlerinde karmaşık bilgi ve tedavi süreçleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Düşük sağlık okuryazarlığı seviyesi hastanın tanı ve tedavisini de olumsuz etkileyerek hastaneye yatış oranlarının artmasına ve hastanede kalış sürelerinin uzamasına neden olmaktadır. Ayrıca acil servislerin uygunsuz kullanımına yol açmakta ve sağlık sistemine ek yük getirmektedir (Çopurlar ve Kartal, 2015). Bu tanımdan hareketle, kişinin sağlığı ile alakalı doğru karar alabilmesi için, sağlık ile ilgili bilgileri doğru anlaması önemlidir. Sağlık okuryazarlığı düzeyi düşük olan kişiler, sağlık okuryazarlığı yüksek olan bireylerin karşılaştırmalı hastane masraflarının daha yüksek olduğu, gereksiz tahlil kayıt maliyetlerinin arttığı ve hastane yatış sürelerinin uzadığı bilinmektedir (Berkman ve ark., 2011; Paasche-Orlow ve Wolf, 2007). Ayrıca, sağlık okuryazarlığı düşük kronik olabilecek hastalık yönetimlerinin genellikle daha kötü olduğu ve önleyici sağlık hizmetlerinin daha az sayıda görüldüğü ortaya çıkmaktadır. (McCormack ve ark., 2017). Bu kişilerin, mortalite ve morbidite oranları da sağlık okuryazarlık düzeyi yüksek olan kişilere kıyasla daha fazladır (Sadeghi, Brooks, Petterson, ve Goldstein, 2013).

Modern toplumdaki insanlardan sağlıklarının yönetimine aktif olarak katılmaları ve çok çeşitli sağlık kararları almaları beklenmektedir. Doğru sağlık kararları, erişilebilir ve kişilerin ihtiyaçlarına, kültürel ve sosyal geçmişlerine uygun, anlaşılır sağlık kararları olmalıdır (Kickbusch ve Maag, 2008). Ancak medya raporlarındaki artış ve internetin hızla yaygınlaşması, diğer bilgi kaynaklarının genel halk için daha erişilebilir hale gelmesi (Baker vd., 2014). Bu durum, sağlık sorunlarının özelliklerini anlama ve uygulama yeteneği önemli derecede etkilemiş ve bu durumun sağlık durumunun ve sağlık sonuçlarının üzerinde büyük bir etkisi olmuştur (McCormack vd., 2017).

Sağlık bilgileri kasıtlı olarak aranmasa bile, medya veya bireylerin iletişim kurduğu herhangi biri tarafından sağlanabilir. Halkın geneli tarafından kolayca erişilen sağlık bilgi kaynaklarının sayısı, bu tür kaynaklar tarafından sağlanan bilgilerin kalitesine ilişkin yerleşik güvencelerin yokluğunda arttığından, gelişmiş sağlık okuryazarlığına duyulan ihtiyacı daha belirgin hale getirmektedir (Ishikawa ve Kiuchi, 2010).

SONUÇ

Sağlık iletişiminin amaçlarına ve yapılan araştırmalara bakıldığında iletişimin hangi alanlarına vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır. Bunlar; Sağlık profesyonelleri için iletişim ve ilişki kurma becerilerini geliştirmek, sağlık hizmetlerinin yapısını, organizasyonunu ve sunumunu hasta ve yakınları ile bir iletişim kanalı olarak geliştirmek, hasta ve sağlıklı bireylerde sağlıkla ilgili tutum ve davranışları daha olumlu hale getirmek, sağlık alanında hizmet ve ürünlerin tanıtımı, kurum ve toplumlarda farkındalık yaratmak, bilgi ihtiyaçlarının karşılanması, doğru bilgi sağlamak, sağlık bilinci geliştirmek, sağlık okuryazarlığının oluşturulması/geliştirilmesi, hastanın veya bireyin sağlık hakkını kabul etmek ve bu hak yönünden bilinçlendirmek, sağlıklı bir çevrede yaşama hakkını korumak için iletişim strateji ve yöntemlerini kullanmaktır.

Öte yandan, sağlığın teşviki ve geliştirilmesi de önemlidir. Sağlığın geliştirilmesine yönelik uygulamalar temel olarak sağlık eğitimi, sağlığın korunması ve hastalıkların önlenmesi olmak üzere üç başlık altında değerlendirilmektedir (Bulduklu, 2010). Sağlık eğitimi, sağlığın teşviki ve geliştirilmesi için bir araç olarak eğitim uygulamasının yanı sıra, toplumsal sorunlarla ilgili davranış geliştirme, ortak davranışları, tutumları ve sorunlarla ilgili mevcut bilgileri değiştirme veya yeni bilgiler öğretme gibi toplumsal sorunları içeren bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Bu eğitim toplum odaklı eğitim, okul eğitimi ve sağlık profesyonelleri tarafından verilen eğitim (hasta odaklı) olarak ayrılmaktadır.

Sağlık iletişiminin halkla ilişkiler ve pazarlama boyutunu da yine hedef kitle dikkate alındığında toplumsal iletişim bağlamında sınıflandırmak mümkündür. Sağlık iletişiminin halkla tanıtım ve pazarlaması, hedef kitlenin dikkate alınması ve toplumsal iletişim olanaklarının sunulması ile mümkündür (Ewles ve Simnett, 2016).

Sağlığın korunması, sağlığın iyileştirilmesi için mali politikaların yanı sıra yasa dışı olarak ve yeniden kullanıma sunulmasını sağlar. Ayrıca, sağlıklı olarak sağlığın bozulmasını önleme ve olumlu sağlık ürünlerine yönelik uygulamaların katılımları da önemlidir (Nutbeam, 2008). Bu bağlamda, sağlığın korunması yalnızca devletin inisiyatifiyle uygulanan uygulamalar değil, toplumsal alanda faaliyet gösteren tüm harcamaların katkıda bulunması gereken bir uygulama alanı olarak sınıflandırılmıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2018). Hastalığı önleme ise bozuklukları, sakatlık ve benzeri olumsuzluk riskini azaltmayı ve hastalıkların azaltılmasına odaklanarak sağlığı iyileştirmeyi içerir (Murray ve ark., 2013).

Sonuç olarak, sağlık iletişimi, sağlık koşulları ve sağlık durumları mevcutta merkezi bir rol oynamaktadır. Sağlık okuryazarlığını artırma, etkili halkla pazarlama ve pazarlama modüllerini geliştirme, toplumsal ve kültürel faktörlere duyarlı iletişim çözümleri, sağlık

analizlerini iyileştirme yeteneğine sahiptir. Bu alanlarda yapılacak daha fazla araştırma ve uygulama, sağlık iletişiminin toplumsal sağlık üzerindeki olumlu etkileri daha da güçlenecektir.

KAYNAKLAR

- Akbolat, M., & Ünal, Ö. (2018). Sağlık İletişimi. M. Akbolat, & M. C. Urgan içinde, *Prof. Dr. Gültekin Yıldız Anı Kitabı* (s. 1-365). Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Babrow, A., & Mattson, M. (2003). Theorizing About Health Communication. *Handbook Of Health Communication* (s. 35-61). içinde Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Baker, DW, Wolf, MS, Feinglass, J., & Thompson, JA (2014). Yaşlı İnsanlarda Sağlık Okuryazarlığı ve Ölüm Oranı . Genel Dahiliye Dergisi , 29(2), 114-118.
- Betsch, C. (2020). Davranış bilimi verileri COVID-19 salgınının hafifletilmesine nasıl yardımcı oluyor: Aşılama hazırlığı ve bilginin rolü . *İnsan Aşıları ve İmmünoterapötikler
- Berkman, ND, Sheridan, SL, Donahue, KE, Halpern, DJ ve Crotty, K. (2011). Düşük Sağlık Okuryazarlığı ve Sağlık Sonuçları: Güncellenmiş Sistemik Bir İnceleme . *Annals of Internal Medicine* , 155(2), 97-107.
- Brashers, D. E. (2006). Communication and Uncertainty Management. *Journal Of Communication*, 51(3), 477-497.
- Bulduklı, Y. (2010). Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programları ve İzleyici Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Konya.
- Çopurlar, C. K., & Kartal, M. (2015). Sağlık Okuryazarlığı Nedir? Nasıl Değerlendirilir? Neden Önemli? *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 43-47.
- Desmond, J. (2010). *Günümüz Hastasıyla İletişim*. (D. Yamaç, Çev.) Ankara: Eflatun Yayınları.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2018). Fiziksel Aktivite Üzerine Küresel Eylem Planı 2018-2030.
- Ewles, L. ve Simnett, I. (2016). Sağlık Geliştirme: Pratik Bir Kılavuz . CRC Press .
- Freimuth, V. S., & Freimuth, S. C. (2004). The Contributions of Health Communication to Eliminating Health Disparities. *American Journal of Public Health*, 112, 2053-2055.
- Gülner, B., & Balcı, Ş. (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. Konya: Literatür Yayınları.
- Giddens, A. (2021). Sosyoloji .(8. yüzyıl)
- Health Communication Basics* . (2020, Ocak 22). Aralık 25, 2022 tarihinde Centers for Disease Control and Prevention. Gateway to Health Communication & Social Marketing Practice.:

<https://www.cdc.gov/healthcommunication/healthbasics/WhatIsHC.html> adresinden alındı

- Hoşgör, D. G. (2014). İletişim ve Sağlık İletişimi. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ishikawa, H., & Kiuchi, T. (2010). Health Literacy and Health Communication. *Bio Psycho Social Medicine*, 18(4), 2-5.
- Işık, T. (2019). Sağlık İletişimi Bağlamında Kullanım Şekilleri Açısından Dijital Algı ve Önemi. *Sağlık İletişimi Bağlamında Kullanım Şekilleri Açısından Dijital Algı ve Önemi*, 23(4), 1979-1974.
- Katz, SJ, Moyer, A., & Hibbard, JH (2016). Sağlık Hizmetlerinde Hasta İletişiminin Rolünün Anlaşılması. *Sağlık İletişimi Dergisi*
- Kickbusch, I., & Maag, D. (2008). Encyclopedia of public health. Q. S. Heggenhougen K içinde, *Health Literacy* (s. 204-211). San Diego: Academic Press.
- Kihtir, A. (2011). Sağlık Çalışanları İçin Etkili İletişim: Hekim-Hasta İletişiminde Temel Noktalar. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Platformu*, 18(17), 72-77.
- Koçak, A., & Bulduklu, Y. (2010). Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları. *Selçuk İletişim*, 6(3), 5-17.
- McCormack, LA, Williams-Piehot, P. ve Hesse, BW (2016). Sağlık İletişimi ve Sağlık Geliştirme . *Sağlık İletişimi Dergisi* , 21(7), 771-774.
- McCormack, L., Haun, J., Sørensen, K. ve Bond, R. (2017). Sağlık Okuryazarlığı ve Halk Sağlığı: Tanımlar ve Modellerin Sistemik Bir İncelemesi ve Entegrasyonu . *BMC Halk Sağlığı* , 17, 361.
- Murray, E. (2020). Hasta İletişimi ve Sağlık Sonuçları: Genel Bakış. *Tıbbi İletişim Dergisi*
- Nutbeam, D. (2000). Sağlık okuryazarlığı bir halk sağlığı hedefi olarak: Çağdaş sağlık eğitimi ve iletişim stratejileri için 21. yüzyıla yönelik bir zorluk . *Uluslararası Sağlık Geliştirme* , 15(3), 259-267.
- Nutbeam, D. (2008). "Sağlık okuryazarlığının gelişen kavramı." *Sosyal Bilimler ve Tıp* , 67(1) Mukherjee, S. (2012). *Tüm Hastalıkların Şahı: Kanserin Biyografisi*. İstanbul: Domingo Yayınevi.
- Paasche-Orlow, MK, & Wolf, MS (2007). Sağlık Okuryazarlığına Ulaşmanın Tehlikeleri . *Genel Dahiliye Dergisi* , 22(11), 1478-1483.
- Rimal, R. N., & Lampinski, M. K. (2009). Why Health Communication Is Important In Public Health. *Bull World Health Organ*, 87(4), 87-247.
- Rimal, RN ve Lapinski, MK (2015). Sağlık Geliştirmede Hedefler ve İletişim . *Sağlık İletişimi Dergisi* , 20(4), 467-474.

- Rimer, BK ve Glanz, K. (2018). Bir Bakışta Teori: Sağlık Geliştirme Uygulaması İçin Bir Kılavuz.
- Sadeghi, S., Brooks, D., Petterson, S. S., & Goldstein, R. (2013). Growing Awareness Of The Importance Of Health Literacy in Individuals . *COPD*, 10(1), 8-72.
- Schiavo, R. (2014). Sağlık İletişimi: Teoriden Pratiğe(Jossey-Bas .
- Stephen, T. B., Fine, M. J., & İbrahim, S. A. (2011). Health Disparities: The Importance of Culture and Health Communication. *American Journal of Public Health* , 94(12), 2047-2212.
- Şanjarhan, B. (2011). Semantic Thoughts Around the Triangle. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 6(4), 367-372.
- Tabak, R. S. (2003). *Sağlık İletişimi* (2 b.). İstanbul: Litaratür Yayınları.
- Tabak, R. S. (2006). *Sağlık İletişimi*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Thompson, T. (2014). *Encyclopedia Of Health Communication*. California: Sage Publications
- Yılmaz, M. B. (2018). *Doktorum Medya*. Konya: Literatür Yayıncılık.
- Yüksel, E. (2021, Mart 26). *Sağlık İletişiminin Farklı Boyutları Nelerdir?* Ocak 2, 2023 tarihinde Akademik Akıl: <https://www.akademikakil.com/saglik-iletisiminin-farkli-boyutlari-nelerdir/erkanyuksel/> adresinden alındı