



---

## **İMTİYAZ SAHİBİ / PUBLISHER**

ASSOC. PROF. (DOÇ. DR.) ALİ ÇAĞLAR ÇAKMAK

## **YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ / EDITOR IN CHIEF**

ASSOC. PROF. (DOÇ. DR.) ALİ ÇAĞLAR ÇAKMAK

**ISSN: 2148-2586**

### **Dergi Hakkında**

Business & Management Studies: An International Journal Dergisi yılda 4 defa yayımlanan (Mart, Haziran, Eylül ve Aralık sayıları) uluslararası, online ve hakemli bir dergidir. BMIJ'nin amacı; İşletme ve Yönetim Bilimlerinin çeşitli alanlarındaki bilimsel araştırmaları yayınlamaktır. Dergi ile ilgili her türlü işlem ve başvuru [www.bmij.org](http://www.bmij.org) adresinden yapılabilir. Yazıların bilimsel sorumluluğu yazarlara aittir.

### **Odak ve Kapsam**

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ), Türkiye'de İşletme ve Yönetim alanında yayım yapan spesifik bir alan dergisidir. BMIJ'in amacı ilk olarak Türkiye'de ulusal bir dergi statüsü kazanmak ve bununla birlikte uluslararası düzeyde tanınır ve uluslararası indekslerde taranır bir dergi olmaktır. Böylelikle İşletme ve Yönetim alanında çalışan akademisyenlerin çalışmalarını yayımlama konusundaki sorunlarına bir alternatif sunmaktır. Bu amaçla, SSCI kapsamında taranan bir dergi olabilmenin gereklilikleri titizlikle takip edilmektedir.

### **About The Journal**

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ) is an international online journal that is published 4 times in a year in English and Turkish. The purpose of BMIJ is publishing the scientific research in various fields of Business and Management Sciences. All kinds of transactions and the application about the journal can be made from [www.bmij.org](http://www.bmij.org). The scientific responsibility of articles belongs to the authors.

### **Focus and Scope**

Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ) is a specific field journal which engaged in publishing in the field of Business and Management. The aim of the BMIJ is earn the national journal status in Turkey and be known in an international level and browsing in international indexes. So that, it can be an alternative solution to the problem of academics about publishig their papers. By this purpose, the procedure of being a SSCI member is monitored closely.

---

## **EDITORIAL TEAM / EDİTÖR KURULU**

### **EDITOR IN CHIEF / BAŞ EDİTÖR**

[Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

### **MARKETING EDITOR / PAZARLAMA EDİTÖRÜ**

[Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

[Assist. Prof. Bekir ÖZKAN](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

### **ACCOUNTING-FINANCE EDITOR / MUHASEBE-FİNANSMAN EDİTÖRÜ**

[Assist. Prof. Metin KILIÇ](#), Bandırma University, Turkey

### **QUANTITATIVE METHODS EDITOR / SAYISAL YÖNTEMLER EDİTÖRÜ**

[Assist. Prof. İbrahim SABUNCU](#), Yalova University, Turkey

### **ECONOMY & PUBLIC FINANCE EDITOR / İKTİSAT & MALİYE EDİTÖRÜ**

[Prof. Dr. Levent AYTEMİZ](#), Bandırma University, Turkey

[Assist. Prof. Cevat BİLGİN](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

### **HEALTH ADMINISTRATION EDITOR / SAĞLIK İŞLETMECİLİĞİ EDİTÖRÜ**

[Assoc. Prof. Selma ALTINDIŞ](#), Sakarya University, Turkey

### **INTERNATIONAL EDITORS / ULUSLARARASI EDİTÖRLER**

[Adnan Ul HAQUE](#), University of Wales Trinity Saint David, United Kingdom

**BMIJ**  
ISSN: 2148-2586

**BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES:  
AN INTERNATIONAL JOURNAL  
VOL.: 7 ISSUE: 1 YEAR: 2019**

---

**LINGUISTIC EDITORS / DİLBİLİM EDİTÖRLERİ**

[Assist. Prof. Nilüfer RÜZGAR](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences,  
Turkey

---

[Lect. Murat BAYRAK](#), Bursa Technical University, School of Foreign Languages, Turkey

[Lect. Göksel ÖZTÜRK](#), Bursa Technical University, School of Foreign Languages, Turkey

---

**SECRETARIAT / DERGİ SEKRETERYASI**

[Tuğba GÜNSEVER](#), Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkey

## **EDITORIAL BOARD / YAYIN KURULU**

**Prof. Dr. Mahir NAKİP**, Çankaya University, TURKEY

**Prof. Dr. Yahya FİDAN**, Istanbul Commerce University, Faculty of Business, International Logistics Department, TURKEY

**Prof. Dr. Tuncay BAYRAK**, Western New England University, College of Business, UNITED STATES

**Prof. Dr. Talha HARCAR**, The Pennsylvania State University, UNITED STATES

**Prof. Dr. Saim KAYADİBİ**, International Islamic University Malaysia, Economics, Faculty Member, MALAYSIA

**Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ**, Akdeniz University, Faculty of Applied Sciences, TURKEY

**Prof. Dr. İsmail BAKAN**, Kahramanmaraş Sutcu Imam University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, TURKEY

**Prof. Dr. Halil SAVAŞ**, Pamukkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, TURKEY

**Assoc. Prof. Dr. Saadet GANDILOVA**, Vice-rector working of Students of the Azerbaijan State University of Economics (UNEC), AZERBAIJAN

**Assoc. Prof. Dr. Aygun ALASGAROVA**, Azerbaijan State University of Economics (UNEC), AZERBAIJAN

**Assoc. Prof. Ali Çağlar ÇAKMAK**, Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, TURKEY

**Assoc. Prof. Vasyl TARAS**, Bryan School of Business and Economics, University of North Carolina at Greensboro, UNITED STATES

**Assist. Prof. Dr. Erhan AYDIN**, IPAG Business School, Paris, FRANCE

**Assist. Prof. Swati VERMA**, College of Management, Lawrence Technological University, United States

**Assoc. Prof. İlhan EGE**, Mersin University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business, TURKEY

**Assist. Prof. Matevz RASKOVIC**, University of Ljubljana, Faculty of Economics, Slovenia

**Dr. Alain Micheal MOMO**, Cape Peninsula University of Technology Faculty of Business, Marketing Department, SOUTH AFRICA

**Taranılan İndeksler / BMIJ is indexed by  
Başlangıç Tarihi / Beginning Date**



Tarih (Date): 2013



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2019



Tarih (Date): 2019



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2014



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017

# PKP | INDEX

Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2018

---

**CONTENTS**

	<b><u>Article Header</u></b>	<b><u>Article Type</u></b>	<b><u>Page No</u></b>
<b>1</b>	THE EFFECTS OF KNOWLEDGE AND INNOVATION MANAGEMENT PROCESSES ON INNOVATION CAPABILITY AND NEW PRODUCT DEVELOPMENT SUCCESS	RESEARCH	1-23
<b>2</b>	INDUSTRY 4.0 and TURKEY	REVIEW	24-41
<b>3</b>	A CASE STUDY: DO MISCONCEPTIONS LEAD TO INTERGROUP CONFLICTS AT WORKPLACES?	RESEARCH	42-57
<b>4</b>	TURKISH ADAPTATION OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL OBSTRUCTION SCALE AND ITS EFFECT ON INTENT TO STAY AT WORK	RESEARCH	58-77
<b>5</b>	THE PERCEIVED EXPERIENTIAL VALUE AND BEHAVIORAL EFFECTS ON MOBILE BANKING: THE CASE OF NEVSEHIR	RESEARCH	78-101
<b>6</b>	COMPARING PORTFOLIO STRAGIES BASED ON MOMENTUM, MONETARY POLICY AND LARGE PRICE CHANGES: TRAVEL AND LEISURE SECTOR APPLICATION	RESEARCH	102-117
<b>7</b>	ANALYSIS OF THE TOURISM –LED GROWTH MODEL AND THE ECONOMY BASED TOURISM GROWTH MODEL: PANEL DATA ANALYSIS	RESEARCH	118-134
<b>8</b>	EVALUATION OF THE CHILD FRIENDLY URBAN MANAGEMENTS BY THE CHILDREN: BURSA CASE	RESEARCH	135-152
<b>9</b>	A DETAILED EXAMINATION OF THE FIRST THIRTY SECTORS WHERE INJURY WORK ACCIDENTS ARE MOST WITH ENTROPY-BASED SORTING TECHNIQUE	RESEARCH	153-171
<b>10</b>	ACADEMIC SELF-EFFICACY IN STUDENTS: DEPARTMENT OF HEALTH MANAGEMENT	RESEARCH	172-189
<b>11</b>	ENTREPRENEURIAL ORIENTATION OF FOREIGN STUDENTS AND TURKISH STUDENTS	RESEARCH	190-202
<b>12</b>	PUBLIC RELATIONS AS A RELATIONSHIP MANAGEMENT:	RESEARCH	203-223



	ANALYSIS OF ORGANIZATION AND PUBLIC RELATIONS		
13	A COMPARATIVE STUDY ON THE EFFECT OF PRODUCT POSITIONING ON THE PURCHASE INTENTION OF X GENERATION LIVING IN ANKARA AND ÇANKIRI	RESEARCH	224-256
14	EVALUATION IN TERMS OF THE TAX LAW RELATIONSHIP WITH TURKEY ACCOUNTING STANDARDS OF FOREIGN TRADE TRANSACTIONS	REVIEW	257-279
15	INVESTIGATING THE RELATIONSHIP BETWEEN MOBBING AND EMPLOYEE MOTIVATION	RESEARCH	280-307
16	THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL PERSONALITY CHARACTERISTICS ON ENTREPRENEURIAL INTENTION: A STUDY ON PARTICIPANTS IN APPLIED ENTREPRENEURSHIP TRAINING	RESEARCH	308-326
17	THE IMPACT OF CORPORATE GOVERNANCE ON WORKING CAPITAL MANAGEMENT: AN APPROACH ON BIST MANUFACTURING FIRMS	RESEARCH	327-351
18	INVESTIGATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF THE ÇAYKUR BY USING DUPONT ANALYSIS	RESEARCH	352-372
19	OIL POLICIES: FROM THE LAST DECADES OF THE OTTOMAN EMPIRE TO THE DEMOCRAT PARTY GOVERNMENT (1861-1950)	REVIEW	373-402
20	AN APPLIED TRADE BALANCE MODELLING FOR SOME MACROECONOMIC VARIABLES THAT HAVE AN IMPACT ON FOREIGN TRADE: ARDL BOUNDS TESTING APPROACH	RESEARCH	403-422
21	FINANCIAL PERFORMANCE OF REAL ESTATE INVESTMENT TRUSTS WITH TOPSIS ANALYSIS	RESEARCH	423-443
22	THE EFFECT OF GLOBAL FINANCIAL CRISIS ON SECURITIES PORTFOLIO OF DEPOSIT BANKS: A DIFFERENCE-IN-DIFFERENCES METHOD FOR TURKEY	RESEARCH	444-466
23	THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL LEARNING CULTURE ON THE RELATIONSHIP BETWEEN AUTHENTIC LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL DEVIATION BEHAVIOR:	RESEARCH	467-495

	A RESEARCH IN TURKEY PHARMACEUTICAL SECTOR		
24	RETAIL THERAPY	RESEARCH	496-513
25	MANAGERIAL IMPLICATIONS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER CARE AND PURCHASE INTENTION IN ONLINE SHOPPING	RESEARCH	514-526
26	IS BUSYNESS A NEW TREND AMONG WHITE COLLARS?	RESEARCH	527-541
27	EVALUATION OF FINANCIAL PERFORMANCE OF NON-LIFE INSURANCE SECTOR IN TURKEY BY CRITIC BASED TOPSIS AND MULTIMOORA	RESEARCH	542-562
28	THE EFFECTS OF TRANSACTIVE MEMORY SYSTEMS, COLLECTIVE MIND AND INNOVATIVE CULTURE ON KNOWLEDGE CREATION CAPABILITY	RESEARCH	563-578

**İÇİNDEKİLER**

	<b><u>Makale Başlığı</u></b>	<b><u>Makale Türü</u></b>	<b><u>Sayfa No</u></b>
1	BİLGİ VE İNOVASYON YÖNETİM SÜRECİ BOYUTLARININ İNOVASYON YETENEĞİ VE YENİ ÜRÜN BAŞARISINA ETKİSİ	ARAŞTIRMA	1-23
2	ENDÜSTRİ 4.0 ve TÜRKİYE	DERLEME	24-41
3	ÖRNEK ÇALIŞMA: YANLIŞ ALGILAMALAR İŞ YERLERİNDE ÇATIŞMALARA NEDEN OLUR MU?	ARAŞTIRMA	42-57
4	ALGILANAN ÖRGÜTSEL ENGEL ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE UYARLAMASI VE İŞTE KALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	ARAŞTIRMA	58-77
5	MOBİL BANKACILIKTA ALGILANAN DENEYİMSEL DEĞER VE DAVRANIŞSAL ETKİLERİ: NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	78-101
6	MOMENTUM FAKTÖRÜ, PARA POLİTİKASI KARARLARI VE BÜYÜK FİYAT DEĞİŞİMLERİNE DAYALI YATIRIM STRATEJİLERİNİN PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRILMASI: GEZİ VE REKREASYON SEKTÖRÜ UYGULAMASI	ARAŞTIRMA	102-117
7	TURİZME DAYALI BÜYÜME MODELİ İLE EKONOMİYE DAYALI TURİZM BÜYÜMESİ MODELİNİN TEST EDİLMESİ: PANEL VERİ ANALİZİ	ARAŞTIRMA	118-134
8	ÇOCUK DOSTU KENT YÖNETİMLERİNİN ÇOCUKLAR TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BURSA ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	135-152
9	YARALANMALI İŞ KAZALARININ EN FAZLA MEYDANA GELDİĞİ İLK OTUZ SEKTÖRÜN ENTROPİ TABANLI SIRALAMA TEKNİĞİ İLE AYRINTILI İNCELENMESİ	ARAŞTIRMA	153-171
10	SAĞLIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNDE AKADEMİK ÖZ-YETERLİK ARAŞTIRMASI	ARAŞTIRMA	172-189
11	YABANCI UYRUKLU VE TÜRKİYELİ ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ	ARAŞTIRMA	190-202

12	BİR İLİŞKİ YÖNETİMİ OLARAK HALKLA İLİŞKİLER: ÖRGÜT VE KAMU İLİŞKİLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ	ARAŞTIRMA	203-223
13	ÜRÜN KONUMLANDIRMANIN ANKARA VE ÇANKIRI'DA YAŞAYAN X KUŞAĞININ SATINALMA NİYETİNE ETKİSİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA	ARAŞTIRMA	224-256
14	DIŞ TİCARET İŞLEMLERİNİN TMS İLE İLİŞKİSİNİN VERGİ USUL KANUNU ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ	DERLEME	257-279
15	PSİKOLOJİK YILDIRMA (MOBİNG) ve ÇALIŞAN MOTİVASYONU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ	ARAŞTIRMA	280-307
16	GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: UYGULAMALI GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNE KATILANLAR ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	ARAŞTIRMA	308-326
17	KURUMSAL YÖNETİM UYGULAMALARININ ÇALIŞMA SERMAYESİ YÖNETİMİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİST İMALAT ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA	ARAŞTIRMA	327-351
18	ÇAY İŞLETMELERİ KURUMUNUN (ÇAYKUR) FİNANSAL PERFORMANSININ DUPONT FİNANSAL ANALİZ SİSTEMİ KULLANILARAK İNCELENMESİ	ARAŞTIRMA	352-372
19	OSMANLI DEVLETİ'NİN SON DÖNEMİNDEN DEMOKRAT PARTİ İKTİDARINA PETROL POLİTİKALARI (1861-1950)	DERLEME	373-402
20	DIŞ TİCARET ÜZERİNDE ETKİSİ BULUNAN BAZI MAKROEKONOMİK DEĞİŞKENLERE YÖNELİK UYGULAMALI BİR TİCARET DENGESİ MODELLEMESİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI	ARAŞTIRMA	403-422
21	GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIKLARININ FİNANSAL PERFORMANSININ TOPSİS YÖNTEMİYLE ÖLÇÜMÜ	ARAŞTIRMA	423-443
22	KÜRESEL FİNANSAL KRİZİN MEVDUAT BANKALARININ MENKUL KIYMETLER PORTFÖYÜNE ETKİLERİ: TÜRKİYE İÇİN DIFFERENCE-IN-DIFFERENCES METODU	ARAŞTIRMA	444-466
23	OTANTİK LİDERLİK VE ÖRGÜTSEL SAPMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÖRGÜTSEL ÖĞRENME KÜLTÜRÜNÜN	ARAŞTIRMA	467-495

	ARACILIK ETKİSİ: TÜRKİYE İLAÇ SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA		
24	PERAKENDE TERAPİ	ARAŞTIRMA	496-513
25	ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞTE MÜŞTERİ HİZMETLERİNİN SATINALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN YÖNETİMSSEL ÇIKARIMLARI	ARAŞTIRMA	514-526
26	MEŞGUL OLMA BEYAZ YAKALILAR ARASINDA YENİ BİR TREND Mİ?	ARAŞTIRMA	527-541
27	TÜRKİYE'DE HAYAT DIŞI SİGORTA SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL PERFORMANSININ CRITIC TABANLI TOPSIS VE MULTIMOORA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ	ARAŞTIRMA	542-562
28	GEÇİŞGEN HAFIZA SİSTEMLERİ KOLEKTİF ZİHİN VE YENİLİKÇİ KÜLTÜRÜN YENİ BİLGİ ÜRETME KABİLİYETİNE ETKİSİ	ARAŞTIRMA	563-578

**Citation:** Tekin Z. & Akyol A. (2019), The Effects of Knowledge and Innovation Management Processes on Innovation Capability and New Product Development Success, BMIJ, (2019), 7(1): 1-23 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1024>

## THE EFFECTS OF KNOWLEDGE AND INNOVATION MANAGEMENT PROCESSES ON INNOVATION CAPABILITY AND NEW PRODUCT DEVELOPMENT SUCCESS<sup>1</sup>

Zeliha TEKİN<sup>2</sup>

Ayşe AKYOL<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 23/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 04/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*Knowledge management contributes to the performance of enterprises in developing goods and services, but also serves as a tool in the development of innovation capability and in the innovation process. The aim of this research is to examine whether knowledge and innovation management has an impact on the innovation capabilities of enterprises and on the success of new products. In line with this aim, 10 enterprises that constitute the majority of the domestic market in the Turkish white goods sector have formed the universe of the research. As a sampling method, judgemental sampling method was selected, and 600 white collar employees were included in the study. Data were analyzed using SPSS and AMOSS programs. As a result of the research, it has been concluded that innovation ability has a direct impact on new product success. Moreover, it has emerged that information creation, process innovation and capability innovation have directly affected innovation capability. On the other hand, inter-organizational information sharing and implementation and structural innovation have no effect on innovation capability.*

**Keywords:** Knowledge Management; Innovation Management; Innovation Capability; New Product Success

**JEL Codes:** D80, O30, O32, M31

## BİLGİ VE İNOVASYON YÖNETİM SÜRECİ BOYUTLARININ İNOVASYON YETENEĞİ VE YENİ ÜRÜN BAŞARISINA ETKİSİ

### ÖZ

*Bilgi yönetimi, işletmelerin mal ve hizmet geliştirme performansına katkı sağlamakla birlikte inovasyon yeteneğinin gelişmesinde ve inovasyon sürecinde aracı görevini üstlenmektedir. Bu araştırmanın amacı bilgi ve inovasyon yönetiminin işletmelerin inovasyon yeteneklerine ve yeni ürün başarısına etkileri olup olmadığının incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye beyaz eşya sektöründeki iç pazarın büyük çoğunluğunu oluşturan 10 işletme araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Örneklem yöntemi olarak da Yargısal Örneklem Yöntemi seçilmiş ve araştırmaya 600 beyaz yakalı çalışan dâhil edilmiştir. Veriler SPSS ve AMOS programlarıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, inovasyon yeteneğinin yeni ürün başarısına doğrudan etkisi olduğu, yine aynı şekilde bilgi yaratmanın, süreç inovasyonunun ve yetenek inovasyonunun inovasyon yeteneğini doğrudan etkilediği ortaya çıkmıştır. Buna karşılık örgüt içi bilgi paylaşımı ve uygulamanın ve yapısal inovasyonun inovasyon yeteneği üzerinde herhangi bir etkisi tespit edilmemiştir.*

**Keywords:** Bilgi Yönetimi; İnovasyon Yönetimi; İnovasyon Yeteneği; Yeni Ürün Başarısı

**Jel Kodları:** D80, O30, O32, M31

<sup>1</sup> This study was derived from the doctoral thesis of Zeliha Tekin under the supervision of Ayşe Akyol and this study was supported by the TUBITAK

<sup>2</sup> Assist. Prof. Dr., Muş Alparslan University, [z.tekin@alparslan.edu.tr](mailto:z.tekin@alparslan.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-6318-2628>

<sup>3</sup> Prof. Dr., Arel University,

[ayseakyol@arel.edu.tr](mailto:ayseakyol@arel.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-4039-5823>

## **1. INTRODUCTION**

Knowledge, which is the input of goods and services, has an important place in developing the innovation capability of enterprises and in developing products. Knowledge management is composed of activities such as providing knowledge, using and sharing this knowledge with the environment, and establishing systems to manage knowledge flow. Knowledge management takes on the role of intermediary in the development of innovation capability and innovation process and contributes to the performance of enterprises in the development of goods and services. That is, written or non-written knowledge for the development of goods, services and processes that will be beneficial to the enterprise plays an important role in finding the ideal idea of innovation and implementing this idea.

Knowledge and innovation management is a discipline that is increasingly understood and that is increasing in importance, with a long-term learning process, knowledge design and knowledge exchange. The enterprise's expertise in knowledge management and a market-oriented approach are crucial to the acceptance of innovation, the transformation of innovation activities into value and the development of new products.

This study primarily examines how enterprises in the white goods sector approach knowledge and innovation management in Turkey and analyzes the links between this approach and the innovation capabilities of enterprises and the success of new products.

## **2. LITERATURE REVIEW**

Knowledge management is maybe the most important issue for enterprises (Dimitrios et al., 2018). A definition that summarizes the knowledge management process is made by Alavi and Leidner. The knowledge management process in this definition operates in the following way: Firstly, the knowledge in employees' minds is recorded in different ways. Later, depending on the organizational activities new knowledge is generated by collecting, organizing, storing and sharing knowledge resources that are produced in the organization or provided from outside the organization, stored in the electronic media or in the minds of the employees and then this knowledge is used in organizational activities (Alavi and Leidner, 2001). The basic element and first step of the knowledge management process is to obtain knowledge. The second step is to create knowledge, the third step is to share and apply knowledge in the organization where the knowledge needed for the organization is identified. The fourth and final step is knowledge storage and documentation. This process provides continuous feedback (Andreeva and Kianto, 2011). In short, information management is a management discipline that covers the collection, processing, sharing, use and measurement of

all internal and external information potential in a collective and systematic manner in order to achieve organizational objectives (Yanık, 2018).

The transformation of knowledge into economic and social benefits is defined as innovation (Tandoğan, 2018). Innovation is a knowledge-based process because innovation occurs when different types of knowledge structures are brought together in a meaningful way. This knowledge is made up of open and confidential knowledge that can arise from discussions, experience, and researches on market, technology and competitor. The golden key to a successful innovation is to bring these very different kinds of knowledge together in a time of uncertainty (Tidd et al., 2005). Increasing understanding of the importance of value-added production as an input of knowledge in the creation of innovative products increases the importance of “knowledge management” in production and service processes. Innovation is the use and application of knowledge in the production process. The systematic innovation focus recommends that innovation and knowledge generation take place as a result of a diversity of activities, innovation management techniques and tools, many of them outside the formal research process (Albors et al., 2018). For success in innovation, all business processes need to be developed, improved and the knowledge levels of employees must be increased. In short, the production of knowledge is required (Durna and Demirel, 2008).

The capability of enterprises to create customer value and provide competitive advantage in an environment where knowledge and technology change rapidly is related to how successful innovation management can be. During the innovation management process, it is important that enterprises perceive innovation as the transformation of knowledge into economic activity (Tang, 2006). Today's economy is living the age of knowledge, and enterprises are undergoing a series of innovation strategy implementations. This process, called innovation management process, starts with creative ideas and ends with technological innovation. However, innovation includes not only product or service innovations, but also process, structural, capability innovations. That is why innovation should be thought of as multidimensional rather than one dimensional and should be evaluated accordingly.

The fact that innovation is important for enterprises has resulted in a lot of study being done to determine the innovation capabilities of the enterprises. According to Schumpeter (1966), enterprise size and market structure are key determinants of innovation capabilities of enterprises. Innovation capability is defined as the capability of applying or creating of new products, services, work processes and management procedures to attain competitive advantage for firms (Hui et al., 2018).



The capability of an enterprise to innovate can be considered as the potential of the enterprise to innovate. This depends on how the enterprise uses its existing resources and capabilities, because they allow it to capture new opportunities for the business and to serve its interests (Neely et al., 2001). The concept of innovation capability was first used by Burns and Stalker (1961) to describe an organization's capability to successfully adapt and implement new ideas, products and processes (Hurley and Hult, 1998). Innovation is the capability to effectively adapt the knowledge and skills necessary to develop existing technology and create new technology (Romijn and Albaladejo, 2002). In short, innovation capability means developing and improving the skills of the enterprise to develop new products and meet market needs (Szeto, 2000).

New products and new types of services are created by the fact that the manufacturer's knowledge, imagination, innovation, risk taking, trial and error, capital support that will enable it to survive in the first months of the entrance of the market and develop the product. The development of a new product is always carried out with the quest for innovation and knowledge (Deming, 1996). In summary, information becomes innovation and innovation becomes new products (Emiroğlu, 2018). Innovation and knowledge are the most master factors for firm's success and survival (Rajapathirana and Hui, 2018).

### **3. RESEARCH METHODOLOGY**

Data collected for this study were analyzed using SPSS 22 and AMOS 22 statistical programs. Findings, frequency, and percentages values of participants' demographics were specified, scale reliability was tested by explanatory factor analysis and confirmatory factor analysis was used to test the measurement model and finally the cause-and-effect relationships between the variables were shown using Structural Equation Modeling. The hypothesis to be tested was determined upon the literature review listed below.

***H<sub>1</sub>***: *Knowledge management has a direct effect on the innovation capability.*

*H<sub>1a</sub>*: *Creating knowledge, one of the dimensions of knowledge management, has a direct impact on the innovation capability.*

*H<sub>1b</sub>*: *Knowledge sharing and implementation within the organization, one of the dimensions of knowledge management, has a direct impact on innovation capability.*

***H<sub>2</sub>***: *Innovation management has a direct effect on innovation capability.*

*H<sub>2a</sub>*: *Structural innovation, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.*

*H<sub>2b</sub>: Process innovation, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.*

*H<sub>2c</sub>: Innovation capability, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.*

**H<sub>3</sub>:** *Innovation capability has a direct effect on the success of new product.*

**H<sub>4</sub>:** *Knowledge management has an indirect impact on new product success through innovation.*

*H<sub>4a</sub>: Creating knowledge, one of the dimensions of knowledge management, has an indirect impact on the success of new product through innovation capability.*

*H<sub>4b</sub>: Knowledge sharing and implementation within the organization, one of the dimensions of knowledge management, has an indirect impact on the success of new product through innovation capability.*

**H<sub>5</sub>:** *Innovation management has an indirect impact on product development success through innovation capability.*

*H<sub>5a</sub>: Structural innovation, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.*

*H<sub>5b</sub>: Process of innovation, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.*

*H<sub>5c</sub>: Innovation capability, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.*

### **3.1. Participants**

R & D, innovation and new product development activities are the most intense and the most innovative in companies within the white goods sector in Turkey. In this context, the staff such as experts, chiefs, engineers, and especially managers (that are the subjects of the research universe) of the departments of R&D, technology development/design etc. were requested to be reached. As a sampling method, non-probabilistic sampling method Judgemental Sampling was chosen.

In the case of non-probability-based sampling methods, samples are not selected by chance, but specific characteristics are sought in the samples to be selected (De Vaus, 1990). In the Judgmental Sampling Method, the researcher decides himself / herself as the best-known person, who is an expert or a judge of the subject, for example, who will be selected (Nakip, 2006). It is believed that the selected sample units represent the target population and serve the purpose of the research (Churchill, 1996). The more homogeneous the main mass (the degree

of similarity between the elements of the target population) and the more knowledge the researcher knows about the main mass, the better results will be given by the selected sample (Teddlie and Yu, 2007). In this study, Judgmental Sampling was conducted in the light of the fact that the white-collar employees included in the research are qualified and knowledgeable individuals with the same qualifications and competence to speak about the subject, who can use the knowledge and technology to create innovative products that work with the brain power. The number of companies participating in the survey and the number of participants is shown in Table 1.

**Table 1.** Firms and Number of Participants

	<b>Firms</b>	<b>Questionnaires</b>
<b>1</b>	VESTEL	278
<b>2</b>	BSH (BOSH-SIEMENS)	109
<b>3</b>	INDESIT	57
<b>4</b>	CANDY HOOVER GROUP	38
<b>5</b>	SIMFER	35
<b>6</b>	FRANKE	26
<b>7</b>	UĞUR SOĞUTMA	20
<b>8</b>	TERMIKEL	20
<b>9</b>	DEMIRDOKUM	12
<b>10</b>	KUMTEL	5
	<b>Totals</b>	<b>600</b>

### **3.2. Data Collection Method**

Necessary permissions were obtained from the subjects to conduct the questionnaires prepared for collecting research data. In order to be able to determine the sampling frame, face-to-face and telephone interviews were made with senior executives of R&D or human resources departments of the companies and a questionnaire form was sent to the departments and people (manager, expert, chef, and technician) on the basis of the numbers the companies determined. After about 3 weeks, the questionnaires that were distributed and sent by mail and e-mails were replied back. In this way, 600 white collar employees in the white goods sector were included in the research.

**Table 2.** Demographic Profile of the Participants (N=600)

Demographic Specifications	Frequency	Percentage	Demographic Specifications	Frequency	Percentage
<b>Sex</b>			<b>Department</b>		
Female	86	14.3	Production/Operation	114	19.0
Male	514	85.7	Accounting/Finance	26	4.3
<b>Age</b>			Sales/Marketing	10	1.7
18-25	34	5.7	R&D/Software	317	52.8
26-35	303	50.5	Tech. Dev./Design	115	19.2
36-45	198	33.0	Human Resources	7	1.2
46-55	63	10.5	Quality Control	8	1.3
56 and above	2	0.3	Purchasing	2	0.3
<b>Educational status</b>			Maintenance	1	0.2
High school	42	7.0	<b>Title/ Status</b>		
Undergraduate	68	11.3	Manager	109	18.2
University	422	70.3	Expert	306	51
Post graduate	68	11.3	Chef	83	13.8
			Technician	101	16.8
			Other(training staff)	1	0.2
			<b>Training for personal development</b>		
			No	265	44.2
			Yes	335	55.8

Of the participants; 14.3% are women; 85.7% are men; 5.7% are between the ages of 18-25; 50.5% are between 26-35; 33.0% are between 36-45; 10.5% are between 46-55; 0.3% are between 56 years old or above. Looking at the educational status of the participants; 7% are high school graduates; 11.3% are undergraduates; 70.3% are university graduates; and 11.3% are post graduates. The educational status of the participants is higher among R&D/software employees (%52.8) than in other department groups. The majority of the questionnaire participants are expert.

### 3.3. Measurement Tools

The information related to the measurement tools are shown in Table 3 below.

**Table 3.** Variables and Codes Used in the Scales

Scales		Dimensions and codes	Number of statements	Source
Independent Variable	Knowledge management	Knowledge creation (B_Y)	4	Tatiana Andreeva and Aino Kianto (2011) <i>Knowledge Processes, Knowledge- Intensity and Innovation: A Moderated Mediation Analysis</i> Journal of Knowledge Management, Vol. 15 Iss 6, 1016 – 1034
		Intra-organizational knowledge sharing and application (B_P)	5	
Independent Variable	Innovation management	Structural innovation (Y_A)	8	Samuel Mafabi, John Munene, Joseph Ntayi (2012) <i>Knowledge Management and Organisational Resilience: Organisational Innovation as A Mediator in Uganda Parastatals</i> , Journal of Strategy and Management, Vol. 5 Iss: 1, 57 – 80
		Process Innovation (S_U)	5	
		Competence Innovation (Y_E)	6	
Dependent Variable		Innovation Capability (I_Y)	4	Jie Yang (2011) <i>Innovation Capability and Corporate Growth: An Empirical Investigation in China</i> , Journal of Engineering and Technology Management Vol. 29, Iss 1, 34–46
Dependent Variable		New Product Success (U_B)	4	Andreas Engelen, Malte Brettel, Gregor Wiest (2012) <i>Cross-Functional Integration and New Product Performance-The Impact of National and Corporate Culture</i> , Journal of International Management, Vol: 18, 52-65

As given in the table, the independent variables are comprised of 5 sub dimensions with 28 statements; the dependent variables are comprised of 2 sub dimensions with 8 statements.

### 3.4. Testing of Scales Used in Research

The exploratory and confirmatory factor analysis regarding the validity and reliability of the scales used in research are shown below.

#### 3.4.1. Exploratory Factor Analysis

Exploratory factor analysis (EFA) is actualized with varimax rotation and principal components yielded seven factors. Analysis is performed by removing factor loading lower than 0.30.

**Table 4.** Factor Loads Calculated Using Varimax Rotation

Statements	Factor load	Explained variance (%)	Cronbach Alpha
<b>Knowledge creation</b>		<b>8,736</b>	<b>0,86</b>
Our organisation uses existing know-how in a creative manner for new applications	0,739		
Our organisation frequently comes up with new ideas about our working methods and processes	0,712		
Our organisation frequently comes up with new ideas about our products and/or services	0,686		
If a traditional method is not effective anymore our organisation develops a new method	0,633		
<b>Intra-organizational knowledge sharing and application</b>		<b>9,652</b>	<b>0,87</b>
In our organisation information and knowledge are actively shared within the units	0,790		
In our organisation employees and managers exchange a lot of information and knowledge	0,790		
Different units of our organisation actively share information and knowledge among each other	0,785		
Our organisation shares a lot of knowledge and information with strategic partners	0,596		
<b>Structural innovation</b>		<b>13,146</b>	<b>0,90</b>
We do not review performance plans in our organization	0,753		
We improve our systems of handling organization risks	0,725		
We review the functions of departments in our organization	0,717		
We review our programmes	0,712		
We review the job descriptions of different jobs in our organization	0,635		
We have failed to improve the methods of delivering our services	0,506		
We redesign different strategies to meet our objectives	0,493		
<b>Process innovation</b>		<b>6,573</b>	<b>0,82</b>
We design the internet to deliver our services	0,803		
We do not improve the internet to deliver our services	0,701		
We redesign the flow of work by the use of information communication technology	0,563		
<b>Competence innovation</b>		<b>12,167</b>	<b>0,89</b>
We improve our conduct of handling information resources	0,727		
We make new networks for our organization	0,716		
We improve our task performance behaviours	0,716		
We change our behavior of handling organizational resources	0,669		
We do not improve our customer service behaviours	0,627		
We improve our leadership behaviours	0,545		
<b>Firm innovation capability</b>		<b>9,161</b>	<b>0,86</b>
Our firm placed emphasis on creativity through substantial investment in R&D.	0,768		
Our firm has harnessed organizational intelligence and managed technology to increase innovation.	0,726		
Our firm is able to identify and create new value for customers.	0,642		
Our knowledge and skill base is building up at the right pace.	0,634		
<b>New Product Success</b>		<b>10,608</b>	<b>0,89</b>
In relation to our original objectives, sales volume for our recently developed products/services is...	0,805		
In relation to our competitors, market share for our recently developed products/services is...	0,799		
In relation to our competitors, profitability for our recently developed products/services is...	0,770		
In relation to our competitors, sales volume for our recently developed products/services is...	0,745		
Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,954		
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12728,476	
	Df	496	
	Sig.	0.000	

70,044 % of the total variance is explained by the *7 factors model*. In given factor loads ranging from 0,493 to 0,805. Data shows that requirements of structure and separation of the *7 factors model* are met. Cronbach alpha indexes are calculated with the SPSS software, version 22 for scale reliability. Cronbach alpha indexes in table 4 shows that all indexes are above 0,70. Acquired data shows that the scale is reliable.

### 3.4.2. Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory factor analysis in the study was done with SPSS AMOS 22 program. First-level multi-factor confirmatory factor analysis was conducted for *knowledge management and innovation management scales*. In this analysis, the relationship between the created factors (latent variables) was included in the model, the variables were mutually connected, and the first level analysis was performed. A single factor confirmatory analysis was performed within the *innovation capability and new product success scales*. Again, all the items were connected and tested with a single latent variable (factor). As a result of confirmatory factor analysis, it was observed that model adaptation values of 36 variables included in the scale were not at acceptable level. As a result of the analysis, the proposed modifications were made and a total of 31 expressions were left. The post-modification values are shown in Table 5.

**Table 5.** Concordance Values of the Scales

	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>df</b>	<b>x<sup>2</sup>/df</b>	<b>GFI</b>	<b>CFI</b>	<b>RMSEA</b>
Knowledge management scale	62,017	13	4.771	0,97	0,98	0,079
Innovation management scale	421,267	101	4.171	0,92	0,94	0,073
Firm innovation capability scale	0,263	1	0,263	1	1	0,000
New product success scale	3,973	1	3,973	1	1	0,070
<b>Good concordance values</b>			<b>≤2</b>	<b>≥0,95</b>	<b>≥0,95</b>	<b>≤0,05</b>
<b>Acceptable concordance values</b>			<b>≤5</b>	<b>≥90</b>	<b>≥90</b>	<b>≤0,08</b>

In view of the findings in Table 5, 2-dimensional structure of knowledge management scale, 3-dimensional structure of innovation management scale, and one-dimensional structure of innovation capability and new product success scales were confirmed and modeled. The non-standardized regression coefficients, standardized regression coefficients, standard factor load, standard error, measurement error variance, critical ratio, P value and R<sup>2</sup> correlation values of the variables in the measurement model are given in Table 6.

**Table 6.** The Outcomes of the Measurement Model

	Std. Factor Load (r)	Non-std. Factor load	Std. Error	Measurement Error Variance	CR Value	p Value	R <sup>2</sup>
<b>BY1</b>	0,886	1,000	0,045	0,216	23,645	0,000	0,784
<b>BY2</b>	0,872	1,045	0,043	0,240	24,545	0,000	0,760
<b>BY4</b>	0,668	0,751	0,042	0,554	17,900	0,000	0,446
<b>BP1</b>	0,829	1,000	0,040	0,313	21,250	0,000	0,687
<b>BP2</b>	0,850	1,020	0,044	0,278	23,270	0,000	0,722
<b>BP3</b>	0,796	0,985	0,046	0,366	21,556	0,000	0,634
<b>BP4</b>	0,659	0,782	0,046	0,566	16,946	0,000	0,434
<b>YA1</b>	0,668	1,000	0,074	0,554	16,550	0,000	0,446
<b>YA2</b>	0,780	1,260	0,075	0,392	16,865	0,000	0,608
<b>YA3</b>	0,786	1,310	0,077	0,383	16,970	0,000	0,617
<b>YA4</b>	0,750	1,266	0,078	0,438	16,309	0,000	0,562
<b>YA5</b>	0,771	1,156	0,069	0,406	16,701	0,000	0,594
<b>YA7</b>	0,784	1,292	0,076	0,385	16,950	0,000	0,615
<b>YA8</b>	0,718	1,118	0,071	0,484	15,715	0,000	0,516
<b>SU1</b>	0,706	1,000	0,067	0,502	16,584	0,000	0,498
<b>SU2</b>	0,831	1,230	0,068	0,309	18,026	0,000	0,691
<b>SU3</b>	0,817	1,214	0,068	0,333	17,808	0,000	0,667
<b>YE1</b>	0,734	1,000	0,058	0,462	19,250	0,000	0,538
<b>YE2</b>	0,761	1,029	0,056	0,422	18,226	0,000	0,578
<b>YE3</b>	0,796	1,111	0,058	0,367	19,105	0,000	0,633
<b>YE4</b>	0,760	1,099	0,060	0,422	18,212	0,000	0,578
<b>YE5</b>	0,761	0,976	0,054	0,420	18,249	0,000	0,580
<b>YE6</b>	0,730	0,997	0,057	0,468	17,456	0,000	0,532
<b>IY1</b>	0,748	1,000	0,063	0,440	18,632	0,000	0,560
<b>IY2</b>	0,881	1,333	0,069	0,223	19,247	0,000	0,777
<b>IY3</b>	0,719	0,904	0,055	0,482	16,583	0,000	0,518
<b>IY4</b>	0,745	1,126	0,065	0,445	17,220	0,000	0,555
<b>UB1</b>	0,725	1,000	0,062	0,475	18,476	0,000	0,525
<b>UB2</b>	0,780	1,096	0,053	0,392	20,854	0,000	0,608
<b>UB3</b>	0,842	1,249	0,065	0,290	19,104	0,000	0,710
<b>UB4</b>	0,880	1,272	0,065	0,225	19,487	0,000	0,775

When the factor load values of the measurement model in Table 6 are examined, it is seen that the factor load value of each item is over 0.50. According to Hair et al. (1998), an item is reliable if the factor load value is greater than 0.50. Parameters which have a Critical Ratio Value (C.R.) greater than -1.96 or +1.96 are considered statistically significant. The critical ratio is the value obtained by dividing the estimate of parameter by the standard error (Byrne, 2010: 68). All the critical rate values in Table 6 are greater than + 1.96 and significant. In summary, when the values in Table 6 are examined, it is seen that convergent validity of the scales is provided.



## 4. FINDINGS

### 4.1. Correlation Findings

In addition to factor analysis, correlation analysis, one of the methods used to measure construct validity, is a technique used to measure the degree and direction of the relationship or dependence between the two variables. Correlation coefficients are indicated by “r” and are between -1 and +1. The coefficient +1 points to the perfect linear relationship between the two variables (Altunışık et al., 2012).

The correlations between the variables of the research scales are presented in Table 7. Pearson Correlation is used as the data obtained by the Explanatory Factor Analysis is parametric. The findings show there is a relationship between innovation capability and new product success, which are dependent variables of research, and knowledge management dimension (sharing knowledge within the organization, creating knowledge), and innovation management dimension (structural, capability, process innovation), which are independent variables of research.

**Table 7.** Correlations for the Variables

BY	BP	YA	SU	YE	IY	UB
BY	(0,814)					
BP	0,602	(0,787)				
YA	0,584	0,609	(0,752)			
SU	0,526	0,472	0,644	(0,786)		
YE	0,585	0,522	0,689	0,681	(0,757)	
IY	0,641	0,524	0,568	0,570	0,631	(0,776)
UB	0,475	0,394	0,577	0,490	0,539	0,564 (0,809)
p<0,01						
** p<0,01						

Innovation capability, one of the dependent variables of the study, has a meaningful and positive relationship with the knowledge creation dimension ( $r=0.641$ ,  $p<0.01$ ) and the knowledge sharing dimension ( $r=0.524$ ,  $p<0.01$ ) of the knowledge management scale, the process innovation dimension ( $r=0.568$ ,  $p<0.01$ ) of the innovation management scale ( $r=0.570$ ,  $p<0.01$ ), and the capability innovation dimension ( $r=0.631$ ,  $p<0.01$ ) and the other dependent variable of the study, the success of new product ( $r=0.564$ ,  $p<0.01$ ).

The success of the new product, the other dependent variable of the study, has a meaningful and positive relationship with the knowledge creation ( $r=0,475$ ,  $p<0.01$ ), knowledge sharing ( $r=0,394$ ,  $p<0.01$ ), structural innovation ( $r=0,577$ ,  $p<0.01$ ), process innovation ( $r=0,490$ ,  $p<0.01$ ) and talent innovation ( $r=0,539$ ,  $p<0.01$ ).

When we analyze the relationship between independent variables, there is a positive and meaningful relation between knowledge creation and knowledge sharing ( $r=0,602$ ,  $p<0.01$ ), structural innovation ( $r=0,584$ ,  $p<0.01$ ), process innovation ( $r=0,526$ ,  $p<0.01$ ) and talent innovation ( $r=0,585$ ,  $p<0.01$ ); knowledge sharing and application within the organization and structural innovation ( $r=0,609$ ,  $p<0.01$ ), process innovation ( $r=0,472$ ,  $p<0.01$ ) and talent innovation ( $r=0,522$ ,  $p<0.01$ ); structural innovation and process innovation ( $r=0,644$ ,  $p<0.01$ ) and talent innovation ( $r=0,689$ ,  $p<0.01$ ); process innovation and talent innovation ( $r=0,681$ ,  $p<0.01$ ).

The values indicated by the parentheses on the diagonal in Table 7, where the correlations and square root AVE values for each structure are shown, are the square root values of the variances of the explained variances of each structure. The values in the columns and rows outside the diagonal are the correlations between the factors. In order to be able to speak of separation validity, the values on the diagonals must be greater than the values in the column and row on the diagonal (Fornell and Larcker, 1981). The square root AVE values of *knowledge creation*, *knowledge sharing and implementation*, *structural innovation*, *process innovation*, *capability innovation*, *innovation capability* and *new product success* factors are 0.814, 0.787, 0.752, 0.786, 0.757, 0.776, 0.809 respectively. When the table is examined, it is observed that these values are greater than the correlations between the factors. Thus, the discriminant validity of these values compared to the square rooted values is achieved by considering the AVE values given in Table 8.

#### **4.2. AVE Values, Validity and Reliability of Factor Loads**

In order to be able to fulfill the discriminant validity, the square rooted value of AVE is checked. It is decided that the discriminant validity is satisfied if the square rooted values of the AVE are greater than the values between the dimensions of the same structure. AVE values are expected to be equal to or higher than 0.50 (Fornell and Larcker, 1981: 46). As shown in Table 8, the mean variance values of all the factors in the study are 0.663, 0.619, 0.565, 0.618, 0.573, 0.603 and 0.654, respectively, and the convergent validity is achieved as the values are above 50%.

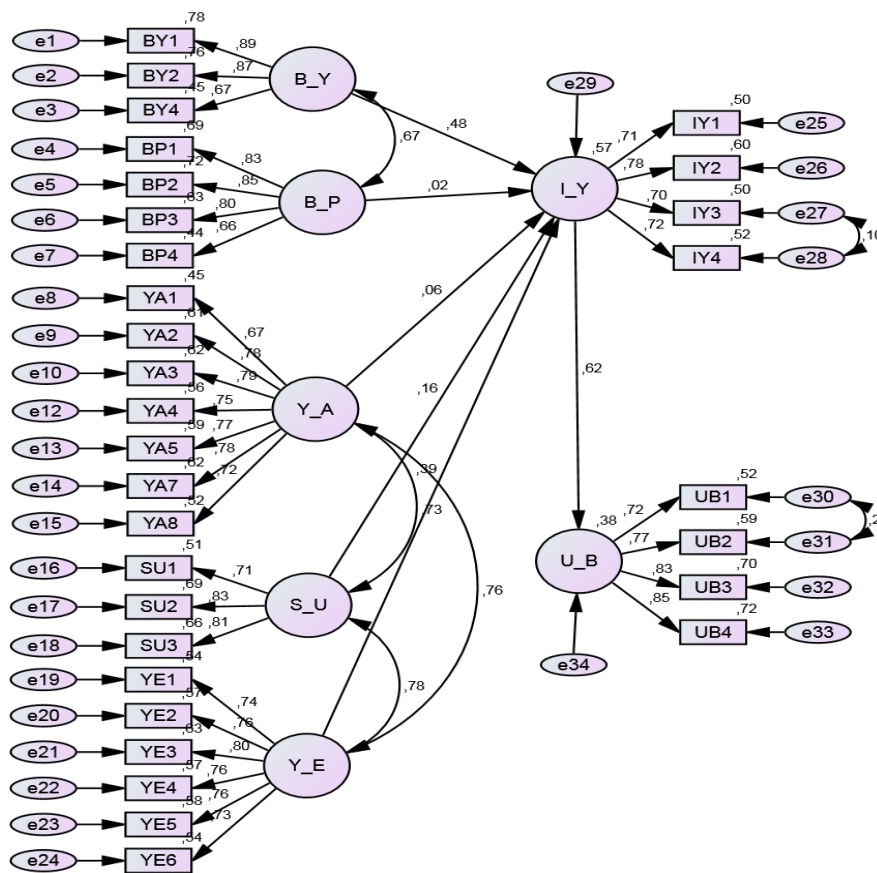
**Table 8.** Validity and Reliability of Factor Loads

Factors	Average Variance Extracted AVE >0.50	Cronbach Alpha $\alpha > 0.70$	Composite Reliability CR > 0.70
BY (Knowledge creation)	0,663	0,873	0,853
BP (Intra-organizational knowledge sharing and application)	0,619	0,867	0,866
YA (Structural innovation)	0,565	0,900	0,900
SU (Process innovation)	0,618	0,823	0,829
YE (Competence innovation)	0,573	0,889	0,890
IY (Innovation capability)	0,603	0,861	0,857
UB (New product success)	0,654	0,889	0,883

According to Hair et al. (1998), the AVE value for coherence was greater than 0.5; CR ratio should be greater than AVE (CR > AVE > 0.5). As shown in Table 8, the CR value of each structure is greater than the AVE value.

**4.3. Structural Equation Modeling**

The structural equation model for testing hypotheses of the research is presented in Figure 2.



**Figure 2.** Path Diagram of Structural Equation Modeling

In the path diagram of AMOS in Fig. 2, the correlation between the factors is expressed by the values on the arrows of the bi-directional arc between the latent variables. These arrows do not show the causal-result relationship between variables, but are equivalent to the correlation or covariance value, and do not show the direction of the relationship in short.

The fit index values of the model in Figure 2 are shown in Table 9. The values in the table indicate that the fit index values of the generated model are within acceptable limits.

**Table 9.** The Concordance Values of Structural Equation Model

Scales	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	CFI	RMSEA
Concordance values	1644,978	422	3,898	0,86*	0,90	0,070
Good concordance values			$\leq 2$	$\geq 0,95$	$\geq 0,95$	$\leq 0,05$
Acceptable concordance values			$\leq 5$	$\geq 0,90$ $\geq 0,85^*$	$\geq 0,90$	$\leq 0,08$

When the table of fit indexes of the structural model is examined, it can be said that the values of this study are between the acceptable measures, in other words, there is an agreement between the model and the observed data, the proposed model adapts to the acceptable level. The  $\chi^2$  fit index, which cannot be assessed alone, has significance as compared to the degree of freedom. The  $\chi^2 / df$  value is 3.89. Models with this value between 2 and 5 in the literature are considered as acceptable models (Şimşek, 2007; Meydan and Şeşen, 2011). Some values such as GFI (goodness of fit index-0.86 \*) in the table are close to acceptable threshold or below the threshold can be explained by sample size or model complexity. Anderson and Gerbing (1984); Schermelleh-Engel and Moosbrugger (2003); Jöreskog and Sörbom (1981) reported that GFI fit index of 0.85 and above was acceptable; Eid (2012) reported that the GFI fit index above 0.80 was acceptable. The root mean square error of approximation (RMSEA) was less than 0.08 (0.070) and fulfilled the condition (Hair et al., 1998, Bryne, 2010). The CFI (comparative fit index) value was acceptable at 0.90. Standardized  $\beta$  coefficients, standard error, critical ratio and p values between the variables based on the study model are presented in Table 10.

**Table 10.** Coefficients of Structural Equity Model

Variables	$\beta$	Standard error	Critical ratio (cr)	p
Knowledge creation-Firm innovation capability	0,48	,058	7,898	***
Intra- organizational knowledge sharing and application- Firm innovation capability	<b>0,02</b>	<b>,041</b>	<b>,461</b>	<b>,644</b>
Structural innovation-Firm innovation capability	<b>0,06</b>	<b>,050</b>	<b>,843</b>	<b>,399</b>
Process innovation- Firm innovation capability	0,16	,060	2,213	<b>,027</b>
Competence innovation-Firm innovation capability	0,39	,061	4,998	***
Firm innovation capability- New Product Success	0,62	,057	11,389	***

When the values in the table were examined, it was found that there was no statistically significant relationship between the organizational knowledge sharing dimension of the management variable and structural innovation dimension of the innovation management as the innovation capability is  $p > 0.05$ .  $H_{1b}$  and  $H_{2a}$  hypotheses are therefore not supported.

The knowledge creation dimension of knowledge management variable has an impact on the innovation capability ( $\beta = 0.48$ ,  $p < 0,05$ ); process innovation dimension of innovation capability variable has an impact on innovation capability ( $\beta = 0,16$ ;  $p < 0,05$ ); capability innovation dimension has an impact on innovation capability ( $\beta = 0.39$ ,  $p < 0.05$ ) and innovation capability has an impact on new product success ( $\beta = 0.62$ ,  $p < 0.05$ ). Based on these findings, hypotheses  $H_{1a}$ ,  $H_{2b}$ ,  $H_{2c}$  and  $H_3$  have been supported. Table 11 shows the  $\beta$  coefficients indicating the indirect effects between the variables based on the constructed structural model.

**Table 11.** Indirect Effect Between Variables

Variables	$\beta$
Knowledge creation-Firm innovation capability- New Product Success	0,30
Intra- organizational knowledge sharing and application- Firm innovation capability- New Product Success	<b>0,02</b>
Structural innovation- Firm innovation capability- New Product Success	<b>0,03</b>
Process innovation- Firm innovation capability- New Product Success	0,10
Competence innovation-Firm innovation capability- New Product Success	0,24

When the values in the table are examined; creating knowledge dimension of knowledge management variable has an impact on the success of new product through innovation capability ( $\beta = 0,30$ ;  $p < 0,05$ ); process innovation dimension of innovation capability has an impact on the success of new product through innovation capability ( $\beta = 0,10$ ;  $p < 0,05$ ); innovation capability dimension has an impact on new product success through innovation capability ( $\beta = 0,24$ ;  $p < 0,05$ ). Based on these findings, hypotheses  $H_{4a}$ ,  $H_{5b}$ , and  $H_{5c}$  have been

supported however hypotheses H<sub>4b</sub> and H<sub>5a</sub> have not been supported. The results of the hypothesis in conformity with these findings are provided in Table 12.

**Table 12.** Hypothesis Results of The Research Model

Hypothesis	Result
<b>Direct impact hypotheses of the research</b>	
<b>H<sub>1</sub>:</b> Knowledge management has a direct effect on the innovation capability. H <sub>1a</sub> : Creating knowledge, one of the dimensions of knowledge management, has a direct impact on the innovation capability.	Supported
H <sub>1b</sub> : Knowledge sharing and implementation within the organization, one of the dimensions of knowledge management, has a direct impact on innovation capability.	Not supported
<b>H<sub>2</sub>:</b> Innovation management has a direct effect on innovation capability. H <sub>2a</sub> : Structural innovation, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.	Not supported
H <sub>2b</sub> : Process innovation, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.	Supported
H <sub>2c</sub> : Innovation capability, one of the dimensions of innovation management, has a direct impact on innovation capability.	Supported
<b>H<sub>3</sub>:</b> Innovation capability has a direct effect on the success of new product.	Supported
<b>Indirect impact hypotheses of the research:</b>	
<b>H<sub>4</sub>:</b> Knowledge management has an indirect impact on new product success through innovation. H <sub>4a</sub> : Creating knowledge, one of the dimensions of knowledge management, has an indirect impact on the success of new product through innovation capability.	Supported
H <sub>4b</sub> : Knowledge sharing and implementation within the organization, one of the dimensions of knowledge management, has an indirect impact on the success of new product through innovation capability.	Not supported
<b>H<sub>5</sub>:</b> Innovation management has an indirect impact on product development success through innovation capability. H <sub>5a</sub> : Structural innovation, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.	Not supported
H <sub>5b</sub> : Process of innovation, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.	Supported
H <sub>5c</sub> : Innovation capability, one of the dimensions of innovation management, has an indirect impact on new product success through innovation capability.	Supported

## 5. CONCLUSION

The amount and quality of knowledge that the enterprise needs during the innovation activities and how the knowledge is provided are the basis of knowledge management. Innovation, a knowledge-based process, is an important competitive tool that facilitates the entry of new markets, enabling businesses to increase productivity, profitability and growth. The success of the innovation process with a successful product is made possible by efficient and effective management that requires thorough and rigorous work. Effective management of knowledge and innovation will enhance the enterprise's capability to innovate and then succeed in new products.

The findings obtained by correlation analysis show that there is a relationship between dependent variables of the research - innovation capability and new product success-and

independent variables of the research - knowledge management dimensions (organizational knowledge sharing, knowledge creation) and innovation management dimensions (structural, capability, process innovations).

When the table of fit indexes of the structural model is examined, it can be said that the values of this study are between the acceptable measures. In other words, there is an agreement between the model and the observed data, and the proposed model adapts to the acceptable level. The  $\chi^2 / df$  value of the structural model was 3.89, the GFI (Goodness of Fit Index) was 0.86, and the RMSEA was below 0.08 (0.070). The CFI value is acceptable at 0.90.

The critical ratio value greater than 1.96 confirms that the meaningfulness of the hypothesis. Accordingly, when we look at the coefficients in the structural model, there was no statistically significant relationship between the organizational knowledge sharing dimension of the knowledge management variable and innovation capability with the structural innovation dimension of the innovation management variable as the value was  $p > 0,05$ . More explicitly, organizational knowledge sharing and implementing from the dimension of knowledge management and structural innovation form the dimension of the innovation management did not have any effect on innovation capability. As a result of the study, it has emerged that knowledge sharing is not enough. Although sharing knowledge between the employees and the management, especially from the time of the birth of the idea of new product development to the presentation of this product to the market, is of great importance, the employees have shared views that they are not regularly notified of changes in procedures, instructions and regulations, thus it is concluded that knowledge sharing is not enough based on the results of the study. In addition, a large proportion of participants indicated that they did not believe that different strategies were redesigned to achieve their goals and that they were successful in providing timely service to customers. These variables, which were evaluated within the scope of structural innovation, appeared to have little effect on the innovation capabilities of the enterprises.

The activities such as developing new ideas continuously for developing new products, using today's technical knowledge and technology, improving Internet infrastructure, eliminating activities that do not benefit enough, improving leadership behavior, improving customer service understanding and using business resources effectively and efficiently helps the enterprises in the white goods sector improve their innovation skills. The development of enterprise's innovation capabilities also provides a competitive advantage by causing an increase in sales volume of products and services. As a result, both the market share of the products and services developed by the sector companies in recent times compared to their

initial targets and the profitability of the products and services compared to their competitors are increasing.

When the results of the research were examined, it was found that the study was similar to the other empirical studies that were carried out before. For example, Daud et al. (2008) found a significant positive relationship between knowledge management process and enterprise success / performance. Moreover Rastgoo (2017) found a significant relationship between strategic knowledge management and innovation. In Saunila and Ukko's (2014) studies, innovation capability as a performance enhancing tool in SMEs in Finland has been found to have a positive effect. In Rundquist et al. (2010), the development and integration of knowledge has had a positive impact on the new product development process, and good companies have focused on knowledge issues. In his study, Bakkal (2018) demonstrated a strong and meaningful relationship between information sharing and service innovation.

### **5.1. The Suggestions Presented to the Managers in the White Goods Sector**

In the light of the previous research and as a result of literature review, the suggestions presented to the managers in the white goods sector are as follows:

- The white goods sector is one of the locomotive sectors of our country in the economic sense because it is a sector that has a lot of R&D activities that is intensive and open to innovation and that makes serious investments in developing new products. Therefore, decision makers can provide more efficiency in knowledge and innovation management for market success; collect innovation-related data, knowledge and produce technologies of tomorrow, not today, by closely following technological developments through knowledge dissemination.

- The white goods sector has a wide range of products due to the different technologies it has. Although R&D activities in the white goods sector in Turkey are mostly focused on improving the quality of a product, design-model development and product development, the number of patents in the sector is far below the developed countries. For this reason, management can firstly increase the support given to R&D by inculcating a sense of responsibility and ownership in R&D/Product development team, and they can protect intellectual property rights of the new products developed.

- A large number of participants do not believe that different strategies have been redesigned to achieve their business goals and that they are successful in providing timely service to customers. According to the results of the research, the impact of structural innovation on innovation capability and new product success has not been determined. In order to design different strategies and provide timely service to customers, managers can target improvement,



development and innovation in all business units, and in line with these sustainable objectives, they can foresee the future and transfer business plans to the future.

- Business decision makers can follow the general trends of the market and act as partners in meeting the needs of the society and even exceeding the expectation, producing aesthetic, multifunctional nature and innovative products for new consumption habits. In other words, they can evaluate the new product development projects as a whole (a systematic process) with the understanding of system approach.

- The white goods sector managers can be encouraged to regularly provide current trainings to relevant employees on topics such as innovation, patent, knowledge, technology, R&D. In particular, TRIZ (Creative Problem-Solving Theory) system, which is the formula for making inventions, can be taught to engineers.

- As a result of the research, it was found that the employees of the enterprise share the view that they are not regularly informed about the changes of the procedures, directives and regulations and the organizational knowledge sharing and implementation have no impact on the innovation capability of the enterprises and the success of the new product. Business decision makers can incorporate internal and external sources of innovation into the innovation process to create and implement innovative ideas so that enterprises of knowledge and knowledge can improve their innovation capabilities and achieve success in the new business. In addition, managers can revise success and performance evaluation systems so that innovative and creative ideas can be used to develop product. In particular, this issue can be addressed within the framework of career development and rewarding. Otherwise, knowledge and innovative ideas may not be shared with the enterprise and confined to the workplace. In order to achieve success in the new product, managers may attempt to establish a learning organization so that the creation of knowledge, the incorporation of knowledge into the innovation process, the transfer and transformation of knowledge into a value can be achieved. For this, the ability to learn and act together in teams also needs to be developed within the enterprise.

## **5.2. Limitations of the Study**

The limitations of the study are as follows:

- Limitation of the research only to the companies in the white goods sector that have a factory and manufacture in Turkey.

- Answering the survey questions in the research only by white-collar workers in the white goods sector.

- The possibility that white-collar employees, especially managers, who participated in the survey did not respond objectively to the questions due to the fact that the answers are based on personal perception.

- The possibility of differences between the current situation and personal perceptions.

- It was very difficult and time consuming because it was the field innovation that the white-collar, especially the managers, was the subject of the analysis of the research, to reach the authorized person and to obtain the necessary permits.

- It was very difficult and time consuming to reach the authorized person and to obtain the necessary permits in the study area of innovation as the subject of the analysis part is about the white-collars, especially the managers.

Although it is not possible to make a generalization for all sectors in Turkey due to a number of restrictions in the research, it is expected that the results will be useful for similar studies.

### **5.3. Suggestions for Future Researches**

The following suggestions are presented for the researchers for future research on knowledge management, innovation management, innovation capability and new product success:

- The research was carried out with companies operating in the white goods sector and manufacturing in Turkey. A similar research can be carried out with different companies and different sectors in Turkey, and it can also be carried out and compared with foreign companies.

- In order to provide data entry in the research section of this study, the steps of interviewing with companies and ensuring participation in the survey were completed in a short time due to time constraints. A similar research in the future can be extended to a longer period of time and repeated periodically to gain the ability to compare.

- Other, more comprehensive and different scales can be used for the scales used in the research.

In the light of recommendations presented to business managers based on the findings obtained of this research, it can be said that R&D studies in the white goods sector in Turkey mostly consist of quality improvement, design development and product adaptation and new product development activities, but still the number of patents in Turkey is far below the developed countries. The most important factor in the dissemination of innovation, protection of the owner of innovation and the effective use of R&D expenditures is to increase Management's support for R&D applications and to protect intellectual property of developed new products.

## REFERENCES

- Alavi, M., and D. Leidner. (2001). "Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues." *Mis Quarterly* 25 (1): 107-136.
- Albors, J., Igartua, J. I. and Peiro, A. (2018). "Innovation management techniques and tools: Its impact on firm innovation performance", *International Journal of Innovation Management*, 1-31.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Yıldırım, E., Bayraktaroğlu, S. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anderson, J. and D. Gerbing. (1984). "The effect of sampling error on convergence, improper solutions and goodness of fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis." *Psychometrika* 49 (2): 155-173.
- Andreva, T., and A. Kianto. (2011). "Knowledge processes, knowledge -intensity and innovation: Amoderated mediation analysis." *Journal of Knowledge Management* 15 (6): 1016-1034.
- Bakkal, E. Ö. (2018). Hizmet inovasyonu uygulamalarında bilgi paylaşımı ve işgören tatmini: Bir çağrı merkezi örneği, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi.
- Burns, T. and G. M. Stalker. (1961). *The Management of innovation*, Oxford: Oxford University Press.
- Byrne, B. M. (2010) *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts applications, and programming*. Second Edition, New York: Routledge.
- Churchill, G.A. (1996). *Basic marketing research*. USA: The Dryden Press.
- Daud, S. and F. W. Yusuf. (2008) "An empirical study of knowledge management processes in small and medium enterprises." *Communications of the IBIMA*, 4 (1): 169-177.
- Deming, W. E. (1996). *Krizden çıkış*. Cem Akas (Trans.). İstanbul: Arçelik A.Ş.
- De Vaus, D.A. (1990). *Survey in social research*. 2nd Edition, London: Unwin Hyman.
- Dimitrios, B., Ionnis, R., Efstathios, V., Christos, A., Dimitrios, T. and Labros, S. (2018) "Successful and efficient knowledge management in the Greek hospitality industry: Change the perspective!", *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 7(1), 185-191.
- Durna, U. and Y. Demirel. (2008). "Bilgi yönetiminde bilgiyi anlamak." *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 30 (1): 129-156.
- Eid, R. (2012). *Successful customer relationship management programs and technologies*, Choclate: Business Science Reference.
- Emiroğlu, A. (2018). *İnovasyon ve teknoloji yönetimi*, Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Engelen, A., Brettel, M. and G. Wiest. (2012). "Cross-functional integration and new product performance- The impact of national and corporate culture." *Journal of International Management*, 18: 52-65.
- Fornell, C. and D. F. Larcker. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error." *Journal of Marketing Research* 18 (1): 39-50.
- Hair, J. F., Rolph, E., A., Ronald, L.T. and J.B. William. (1998). *Multivariate data analysis*. Fifth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Hui, L., Phouvang, S. and Phong L. B. (2018). "Transformational Leadership Facilitates Innovation Capability: The Mediating Roles of Interpersonal Trust", *International Journal of Business Administration*, 9(3): 1-9.
- Hurley, R.F. and T. Hult. (1998). "Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination." *Journal of Marketing* 62 (3): 42-54.
- Jöreskog, K.G. and D. Sörbom. (1981) *LISREL: Analysis of linear structural relationships by the method of maximum likelihood (Version V)*. Chicago: National Educational Resources, Inc.
- Mafabi, S., Munene, J. and J. Ntayi. (2012). "Knowledge management and organisational resilience: organisational innovation as a mediator in Uganda parastatals." *Journal of Strategy and Management* 5 (19): 57-80.
- Meydan, C.H. and H. Şeşen. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Moos, B., Beimbom, D., Wagner, H. T. and T. Weitzel. (2011). *Knowledge management systems absorptive capacity and innovation success*. 19th European Conference on Information Systems, Helsinki, Finland, June 9-11.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Neely, A., Filippini, R., Forza, Vinelli, A. and J. Hii. (2001) "A framework for analyzing business performance, firm innovation and related contextual factors: Perceptions of managers and policy makers in two European regions." *Integrated Manufacturing Systems* 12(2): 114-124.

- Rajapathirana, R.P., Hui, Y. (2018). "Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance", *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1): 44-55.
- Rastgoo, P. (2017). "The relationship between strategic knowledge management and organizational innovation (Case study: Bushehr's Medical Sciences University and Health Care Center)", *International Review of Management and Marketing*, 7(3): 150-155.
- Romijn, H. and M. Albaladejo. (2002). "Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in Southeast England." *Research Policy* 31 (7): 1053-1067.
- Rundquist, J. and F. Halila. (2010). "Outsourcing of NPD Activities: A Best Practice Approach." *European Journal of Innovation Management* 13 (1): 5-23.
- Saunila, M. and Ukko, J. (2014). Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33: 32-46.
- Schermelleh-Engel, K. and H. Moosbrugger. (2003). "Evaluating the fit of structural equation models: Test of significance and descriptive goodness-of-fit measures." *Methods of Psychological Research Online* 8 (2): 42-43.
- Schumpeter, J. A. (1966). *Kapitalizm, sosyalizm ve demokrasi*, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Szeto, E. (2000) "Innovation capacity: Working towards a mechanism for Improving innovation within an inter-organizational network." *The TQM Magazine* 12(2): 149-157.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*, Ankara: Ekinoks Yayıncılık.
- Tandoğan, M. (2018). "Rekabetçi üstünlük unsuru olarak yenilikçilik (inovasyon) kavramı", *Social Sciences Studies Journal*, 4(19): 2321-2328.
- Tang, J. (2006). "Competition and innovation behaviour." *Research Policy* 35(1): 68-82.
- Teddlie, C. and Y. Fen. (2007) "Mixed methods sampling: A typology with examples." *Journal of Mixed Methods Research* 1(1): 77-100.
- Tidd, J., J. Bessant and K. Pavitt. (2005). *Managing Innovation: Integrating technological, market and organizational change.* England: John Wiley & Sons Ltd.
- Yang, J. (2011). "Innovation capability and corporate growth: An empirical investigation in China. *Journal of Engineering and Technology Management.*" 29 (1): 34-36.
- Yanık, A. (2017). *Yeni bilgi yönetimi*, Bursa: Ekin Yayınları.

**Citation:** Yaşar E. & Ulusoy T. (2019), Industry 4.0 And Turkey, BMIJ, (2019), 7(1): 24-41 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1038>

## INDUSTRY 4.0 and TURKEY

Esra YAŞAR<sup>1</sup>

Tuba ULUSOY<sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 27/12/2018

Accepted (Kabul Tarihi): 25/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*In 2011, Germany kicked off the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) to empower its economy. Since then, revolutionary changes have been implemented all over the world, increasing international competition. Smart-factory capabilities emerging from Industry 4.0 have many benefits such as lowering production costs of existing factories and increasing product quality. However, with such revolutionary changes, an orientation period is required for any implementer. To efficiently manage such an orientation period, the extant situation must first be analyzed. Only then should the necessary changes and innovations be applied. In this study, Turkey's Industry 4.0 adoption opportunities are evaluated by using a survey technique that analyzes extant situations and potential results.*

**Keywords:** Turkey, Industry 4.0, Society

**JEL Codes:** L00, O10, O30, O33

## ENDÜSTRİ 4.0 ve TÜRKİYE

### ÖZ

*2011 yılında Almanya'nın ekonomisini güçlendirmek adına başlatmış olduğu Endüstri 4.0-Sanayi 4.0-Dördüncü Sanayi Devrimi projesi bütün dünyada uygulanmaya başlanmış ve ülkelerin birbirleri ile rekabetini artırmış durumdadır. Endüstri 4.0 ile gelen akıllı fabrika teriminin mevcut fabrikaların üretim maliyetini düşürmek, ürün kalitesini artırmak gibi pek çok faydası bulunmaktadır. Bu yüzden hem şirketlerin, hem de ülkelerin dikkatini çeken bu projeye ilgili kişiler ve/veya birimler tarafından uyum süreci başlatılmış durumdadır. Uyum sürecinin verimli bir şekilde yönetilebilmesi için öncelikle mevcut durum analiz edilmeli, sonrasında ise gerekli değişiklikler/yenilikler uygulanmalıdır. Bu çalışmada ise Endüstri 4.0 projesi Türkiye özelinde değerlendirmeye alınmış, mevcut durumun analiz edilmesi için bir anket çalışması yapılmış ve sonuçlar sunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Türkiye, Endüstri 4.0, Toplum

**JEL Kodu:** L00, O10, O30, O33

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, KTO Karatay University, [esrayasaarr@gmail.com](mailto:esrayasaarr@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-1522-1768>

<sup>2</sup> Araştırma Görevlisi, Necmettin Erbakan University, [ulusoytuba@gmail.com](mailto:ulusoytuba@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-7484-6100>

## **1. INTRODUCTION**

Driven by economics, worldwide industries manufacture products with the help of mechanical and automatic systems. Consequently, the changes to these production technologies over time have triggered industrial revolutions (Lasi et al., 2014). Whereas revolutions of this nature often result in significant job loss, they also result in processes that influence international economies, thus creating global impact on the world's population.

The invention and application of the steam engine in the 18th century marks the 1st Industrial Revolution. Electric power and mass production mark the 2nd Industrial Revolution. Information technologies and electronic systems have marked the 3rd Industrial Revolution, beginning in the 1970s (Bauer et al., 2014).

The beginning of the 4th Industrial Revolution (Industry 4.0) has hinged on the development and application of machines equipped with sensors and intelligent control units, enabling them to communicate with one another and provide automatic troubleshooting and reporting (Lukac, 2015). Brynjolfsson and McAfee referred to this age as “The Second Machine Age” in their book, published in 2014. The authors noted that the first machine age began in the 1700's with the invention of the steam engine and that we are now moving into the second age because of our exponential digital and integrated technological developments (Brynjolfsson, McAfee, 2014).

Over the last two decades, the European economy has encountered many problems, such as an aging population and competition with developing countries. According to the Economic Policy Committee and European Commission, by 2050, the working age population will have been reduced by approximately 48 million (16%). However, there will still be 58 million elderly people to take care of (Hewitt, 2002). As of 2011, developing countries, such as China, India, and Brazil, have increased their industrial value by 179% (compared to 1990), whereas western European countries have seen a 36% decrease in their industrial value. It is predicted that Industry 4.0 will solve these problems through the reduction of the workforce, the shortening of the product development process, and by improving efficient resource use (Quin et al, 2016). One causal factor of Industry 4.0 is the drive of European economies to become successful against their competition (i.e., developing countries). Furthermore, their inclination to tackle significant industrial and social problems via technological means has resulted in even more advances.

“Industry 4.0” was coined at the Hannover Fair in Germany. (Lee, 2013) Germany led the way; then, other countries followed, attempting to diversify or improve the concept. In 2013, Industry 4.0 was defined in a report published by the German National Academy of Sciences and Engineering as a strategic vision. The main theme of the World Economic Forum, held in Davos in 2016, was Industry 4.0. Thus, the term has since attracted the attention of the entire industrial world (Pfeiffer, 2017).

Whereas Industry 4.0 technologies tend to reduce labor-intensive production while simultaneously reducing the attractiveness of cheap labor, they have provided a competitive advantage to countries that have adopted them (Özkan et al.2018).

Predictably, there are clear socio-economical differences among countries, according to their levels of adaptation. The Boston Consulting Group (BCG) and Pricewaterhouse Coopers (PwC) have studied this phenomenon to evaluate the stages of Industry 4.0 among different countries. In 2016, BCG surveyed more than 600 German and American companies, aiming to identify the challenges faced when implementing Industry 4.0 and their degrees of compliance. The results showed that American and German companies were nearly at the same level of Industry 4.0 application, but that German companies were more ambitious. Companies in both countries have stated that the biggest challenges in implementing Industry 4.0 technologies are the availability of qualified personnel, data security, and heavy investment requirements (Lorenz et al., 2016).

In 2016, PwC conducted a survey of more than 2,000 participants from nine major industries in 26 countries, including the United States, Canada, United Kingdom, Germany, France, Brazil, Spain, China, and Japan. According to the results, 33% of the companies surveyed had reached advanced levels of technology, whereas 72% aimed to reach their targets by 2020.

It is inevitable that Industry 4.0 will impact societies. Thus, to integrate it well, we should seek ways to also solve environmental and demographic problems. Japan calls this the “Society 5.0” philosophy. At the 2017 Center of Office Automation and Information Technology and Telecommunication (CeBIT fair) in Germany, the Japanese prime minister introduced Society 5.0 to the World (Pîrvu, Zamfirescu, 2017).

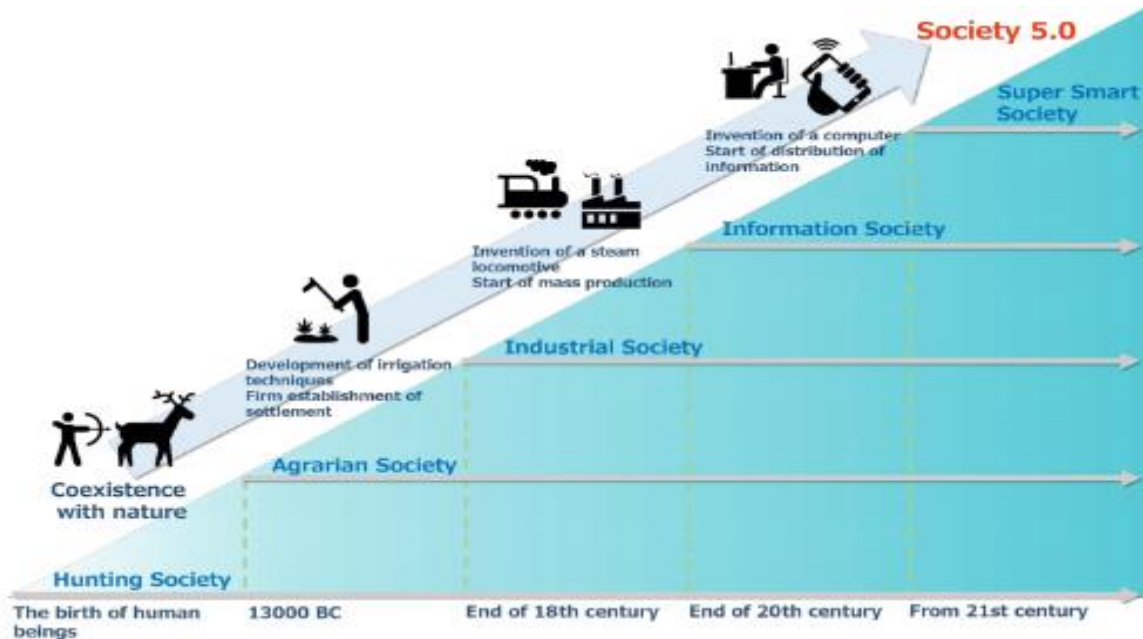
Among the aims of Society 5.0, technological transformations should be leveraged to benefit society, to make us smarter, to enable women, children, and the elderly to remain active

participants, to improve safety in both the cyber and real worlds, and to find solutions to global problems.

As stated in the CeBIT report, “it is necessary to cope with obstacles when striving to hit the targets of Society 5.0.” Therefore, nations should consider adopting the following policies and objectives.

- Develop national strategies for Society 5.0 with the participation of academia and industry
- Add appropriate statutes to the legal systems
- Create a social consensus
- Facilitate academia, government, and industry to examine ethical, legal, and social factors while using the techniques for humanities and social sciences
- Reform education with the participation of all citizens
- Promote cybersecurity, artificial intelligence technologies, robots, nanotechnology, and biotechnology
- Train specialists in the field

Figure 1 shows the changes of societal structure from the birth of the first human being to the era of Society 5.0.



**Figure 1:** Societal Structure from the Birth of the First Human Being to the Era of Society 5.0 (Keidanren, 2016)

As seen in Figure 1, societies have always been influenced by industrial developments.



The social structure emerging from hunter–gatherer societies eventually gave way to agrarian economies. With agriculture came irrigation, which led to more sedentary lifestyles. Eventually, the steam engine changed everything, and society became wholly industrial. Later, the information period began. Now, Industry 4.0 has again changed the social order; the era of intelligent society has begun. Thus, the maximization of public prosperity has become the goal of many countries.

This study aims to determine the stage at which firms operating in Turkey fall in the Industry-4.0 adaptation process. The results of a survey are provided in Section 5. In Section 2, however, concepts and information on Industry 4.0 technologies are given. In Section 3, a literature review is provided. Section 4 provides results of the studies in Turkey. Finally, this paper concludes with Section 6.

## **2. INDUSTRY 4.0 and BASIC CONCEPTS**

In this section, we elaborate on the concepts we often hear about Industry 4.0.

Cyber–Physical Systems are a new generation of technologies in which physical objects and information systems are integrated. For example, among many computing, communications, and control advancements, cyber–physical systems allow prosthetic human limbs to be controlled by brain signals (Baheti and Gill, 2011). Production tools can communicate with each other and provide instantaneous data collection and analysis. The American National Academy of Engineering has identified 14 areas related to environmental, health, and social issues that could benefit from cyber–physical systems, including areas such as biomedical and health systems, next-generation air transport systems, smart grids, and renewable energy (Baheti and Gill, 2011).

The Internet of Things is a global infrastructure that enables advanced services by linking physical and virtual objects based on existing and developing interoperable information and communication technologies, according to the International Telecommunication Union. Data can be transferred over WiFi, for example, without human intervention, to make life easier for everyone while helping to bridge the gap between virtual and physical worlds (Mattern and Floerkemeier, 2010).

Cloud Computing is a technology that provides optional network access according to a pool of configurable computing resources that can be achieved quickly with minimal management effort or service-provider interaction, according to the National Institute of Standards and Technology. The cloud model has been revived from earlier technological

models, rebuilt for a more ubiquitous instantiation of internet storage and workspace (Zhang et al., 2010). When companies use cloud computing technologies, they enjoy many advantages, such as fewer personnel, lower energy costs, and instant access to data (Seyrek, 2011). Simultaneously, this technology is flexible, allowing both providers and users to operate and update from any place having internet access (Henkoğlu and Külçü, 2013).

Augmented Reality is an expanding technology implemented to integrate computer resources with human vision, placing virtual objects into the real world (Billinghurst et al., 2015). It also enriches the human experience, whether at work or at play. Whereas extant applications use computers and simulators, retinal imagers and holograms are just around the corner. Soon, augmented reality technology is expected to become a part of everyday life (Altınpulluk and Kesim, 2015).

Big Data is a technological and architectural method of handling, storing, and operating on highly variable, high-volume datasets by providing high-speed data acquisition, discovery, and analysis (Gantz and Reinsel, 2011). Big data not only motivates people to use technology, it also has the potential to change their thinking and perceptions (Doğan and Arslantekin, 2016). The importance of big data continues to grow, both academically and practically (Özköse et al., 2015). Many companies and government enterprises benefit from big data's analytical power. Moreover, big data provides new levels of predictability, in which even human behaviors can be foreseen and accommodated.

Cybersecurity focuses on information security, privacy, data integrity, and availability in information systems (Bishop, 2005). Production systems suffered significant gaps in security, even before the emergence of Industry 4.0. Thus, cybersecurity has long been an area of critical importance (Wegner et al., 2017). As data has evolved, so have the security requirements.

Autonomous Robots leverage artificial intelligence to make decisions about a particular job. Robots are very helpful in situations that may be dangerous to humans. In Industry 4.0, they are very common indeed. Autonomous robots are an important asset for adapting and managing Industry 4.0 enterprises (Richert et al., 2016).

Additive Manufacturing includes 3-D printing, which is used to combine layers of material into a functional object. With this technology, production times can be greatly reduced and strongly managed (Conner et al., 2014). This allows savings in raw materials, storage, purchasing, and logistics (Öksüz et al. 2017).

Simulation turns data into a model physical system, in which the virtual world can be manipulated and tested for consequences (Landriscina, 2013). Simulation technology is indispensable to many fields (Çelen, 2017). Products, services, and systems can be tested before they are produced, thus optimizing features while eliminating defects.

### **3. LITERATURE REVIEW**

The first study on the concept of Industry 4.0 was performed by Kagermann and several colleagues, in which the authors shared the general framework of Industry 4.0 as it related to the internet revolution (Kagermann et al., 2011). Many studies have since been conducted; some of which are summarized below. However, the scope of this study is to investigate the impact of Industry 4.0 on Turkey.

In their work entitled “Smartphone Green Vision at Dawn of Industry 4.0,” Hofmann et al. discussed green vision (e.g., sustainable production) as an important part of Industry 4.0, noting that smartphones should have a fundamental impact not only on machine vision but also on science and education in related fields (Hofmann et al., 2012).

In a 2014 study, Anderl explained the concepts of cyber–physical systems, the internet of things, information carrier components, security, privacy, information protection, and expected Industry 4.0 benefits (Anderl, 2014).

In a study conducted by Herman et al. in 2016, design principles of Industry 4.0 were described by conducting a quantitative text analysis and a qualitative literature research (Hermann et al., 2016).

In 2016, Stock and Seliger defined Industry 4.0 in micro and macro terms using existing findings, providing a comprehensive understanding by evaluating different opportunities for sustainable production. Additionally, they discussed the use of machines to empower sustainable production (Stock and Seliger, 2016).

In 2018, Perales and colleagues provided a general definition and classification of concepts and technologies. These classes were based on the characteristics of Industry 4.0 and the technologies that support it (Perales et al., 2018).

Twenty “Industry 4.0” publications regarding Turkey were identified by the present report (September 3, 2018, Web of Science data). In these studies, the general scope of Industry 4.0 and Turkey’s status were discussed, focusing on the economic impacts. Yavuz, Özkan and Al (2018) studied the global impact of Industry 4.0, focusing on the impacts in Turkey. Owing

to developing technologies resulting from Industry 4.0, the cheap labor force would soon be eliminated, constituting an employment crisis in Turkey. Moreover, the effects of a new era of foreign trade were discussed, suggesting that the logistics sector should be updated in light of the opportunities and risks. They also discussed the possible advantages for Turkey, provided the country takes the necessary steps to integrate Industry 4.0. Turkey is a low-labor-cost country, owing to its highly competitive location. Furthermore, there is a large young population compared to other countries, and Industry 4.0 will decrease the need for unskilled labor.

In some studies, summarized below, the relationship between Industry 4.0 and education was explained. In others, suggestions were made about innovations in education.

For universities to develop a structure capable of managing this new era, Aybek (2017) emphasized that national, international, and local government studies of Industry 4.0 are among the most contentious in higher education. He then presented details of his concept of “University 4.0.” In this approach, innovative management and leadership, lifelong learning, and support services are considered key elements, whereas funding, return on investment, and quality assurance provide feedback among these components.

Öztemel used the term “Education 4.0,” arguing that transformation required a more innovation-oriented structure, because all areas of society would be affected. Furthermore, education would be crucial to its development. Using regression, Education 1.0 becomes the educational system of an agrarian society. Education 2.0 becomes the system in an industrial society. Education 3.0 becomes the education system shaped according to the needs of an information society. Thus, Education 4.0 becomes the system developing alongside Industry 4.0 supporting lifelong learning (Öztemel, 2017).

In “Industry 4.0 and Simulation,” Çelen suggested that students should be provided professional and technical information to establish the smart factories of the future, to develop a simulation-supported education in accordance with Industry 4.0, and to open simulation-based multi-disciplinary departments (Çelen, 2017).

Sener and Elevli stressed that Turkey has a significant advantage with Industry 4.0, because of its average population age of 29. To combat unemployment, it will be necessary for governments, free-market players, academia, and the public to fully cooperate. They also proposed an academy that features programming, software design, hardware, data mining, networking, cryptography, cybersecurity, artificial intelligence, computer-aided design,

computer-aided engineering, 3-D printing, system design, analysis, brand value, and marketing.

With such an academy, the authors suggested it would be possible to prevent massive unemployment when integrating Industry 4.0 (Sener and Elevli, 2017).

Demir (2018) echoed Sener's and Elevli's sentiments, stating that the concept of Education 4.0 was essential to meet the needs of the developing age. He emphasized that this new system should provide people with thinking skills and continuous learning, and that new learning models should be developed, representing a holistic approach commiserate with Industry 4.0 (Demir, 2018).

Some studies debated whether Industry 4.0 would be a threat or an opportunity for Turkey. Those threats and opportunities are summarized below.

### **Threats**

- Inability to use the new technology owing to lack of facilities for small businesses (Nuroğlu, 2018).
- Inability to use the technology because of failure to provide adequate training (Nuroğlu, 2018).
- Because internet-based technologies will be used, devices will be connected to the internet, increasing risk of cyber-attack (Ünver, Özbilgin, 2018).
- Technological unemployment caused by robots (Koca, 2018).
- Increased demand for a high-quality workforce, increasing risk of brain-drain (Koca, 2018).
- Legal problems related to the new processes.

### **Opportunities**

- Economic transformation, leveraging medium- and high-tech production for value-added, knowledge-based transactions (Genç, 2018).
- Timely production with the additive manufacturing technologies (Soylu, 2018).
- A young population.
- Access to new domestic and foreign markets.
- Virtual/simulated product and service testing.

- Faster and better quality access to customers with instantaneous data analysis.
- Emergence of new job opportunities.

Governmental incentives, such as income- and corporate-tax exemption or rent allowances will be very beneficial to research and development and societal integration (Genç, 2018).

#### **4. DEVELOPMENTS IN TURKEY REGARDING INDUSTRY 4.0**

Higher education should build a workforce that meets the needs of Industry 4.0. Studies should focus not only on higher education, but also on vocation training. In Turkey, various studies have been conducted.

Coşkun et al. emphasized that higher education should be adapted to Industry 4.0 and provided examples from the engineering education curriculum, laboratories, and social activities at the Turkish–German University in Istanbul (Coşkun et al., 2017).

An online Industry 4.0 platform ([www.endustri40.com](http://www.endustri40.com)) was established by Elektrikport with other companies and associations operating in Turkey, sponsored primarily by Siemens. The vision was “Being a Pioneer in the Digital Transformation of Turkish Industry” with a mission of “To provide an impartial and reliable guide to the digital transformation of Turkish Industry and to be the platform where all small, medium, and large industrial organizations meet, learn, and share.” The site aims to help spread Industry-4.0 consciousness.

The Turkish Industry & Business Association (TÜSİAD) also studied Industry 4.0. A workgroup was established within TÜSİAD, in cooperation with public and private sectors. Their objectives included assessing measures needed for the implementation of Industry 4.0 in Turkey and evaluating the industry’s potential costs and benefits. A report, prepared by TÜSİAD and BCG, entitled “Turkey’s Digital Transformation Capabilities in Industry,” analyzed the current situation in terms of production and technology in Turkey to create a roadmap for the future. From this report, duties of the government were promulgated: provide necessary training to companies; provide consultancy; provide adequate incentives; develop comprehensive human resources for a qualified workforce; and make necessary legal provisions. The duties of the public and private sectors and academia included making necessary investments in companies that will produce the technology, establishing high-tech institutions, increasing university–industry cooperation, and supporting the supplier ecosystem within the framework of the technologies created.

Another study on the subject, “CEO Perspective to Digital Change in Turkey,” was conducted by TÜSİAD, reporting the results of interviewing senior executives from 58 companies. A general evaluation was conducted by inquiring about the digital changes faced by the executives. Reportedly, the companies were all aware of the necessity of digital transformation and they held that they must integrate digital work into their normal processes. The report also stated that there the transformation process would be a long haul. However, this is the purpose of a roadmap. Thus, Turkey may indeed achieve the desired end state.

In 2017, an international symposium, entitled “International Symposium on Industry 4.0 and Applications,” was organized by Karabük and Perlis Universities of Malaysia. During the consecutive symposium in 2018, Anadolu University led the Operations Research Industrial Engineering National Congress with “Operations Research Industrial Engineering and the 4th Industrial Revolution.” The aim of such a symposium is to draw attention to the subject of Industry 4.0 and to inspire studies on this subject.

To benefit from Industry 4.0, the digitalization of a single firm is insufficient. Other companies in the same field must also adapt to facilitate the requisite level of smart-system utilization. Additionally, small and medium-sized enterprises (SME) that may otherwise would face difficulties adapting Industry 4.0 standards must be supported by governments and large companies (Nuroglu, 2018).

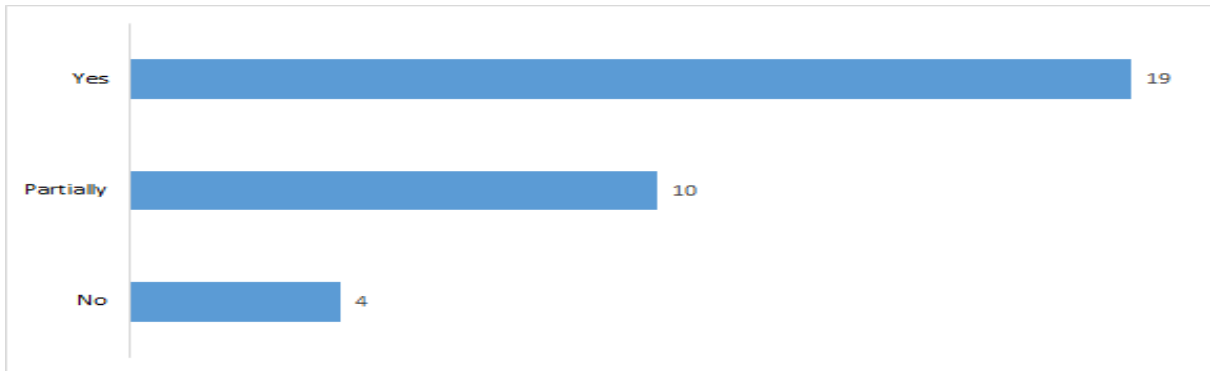
While Industry 4.0 is perceived as a threat to labor-intensive countries, with the right steps, it can become an opportunity. This is the case for Turkey, who should use this opportunity to follow the roadmap and shortly become ranked among the world’s top 10 economies (Nuroglu, 2018).

## **5. SURVEY RESULTS**

Questionnaires comprising eight questions were delivered to more than 100 companies of varying sizes in different sectors in Turkey; however, only 33 responses were received. The questions and their answer distributions are given in the charts below. Additional data were taken from survey results obtained by PwC and BCG in 2016.

While 17 of the companies were SMEs, 16 were large enterprises with more than 250 employees. These companies operated in different sectors, such as automotive, information technology, food, transportation and logistics, electronics, home appliances, education, and consultancy.

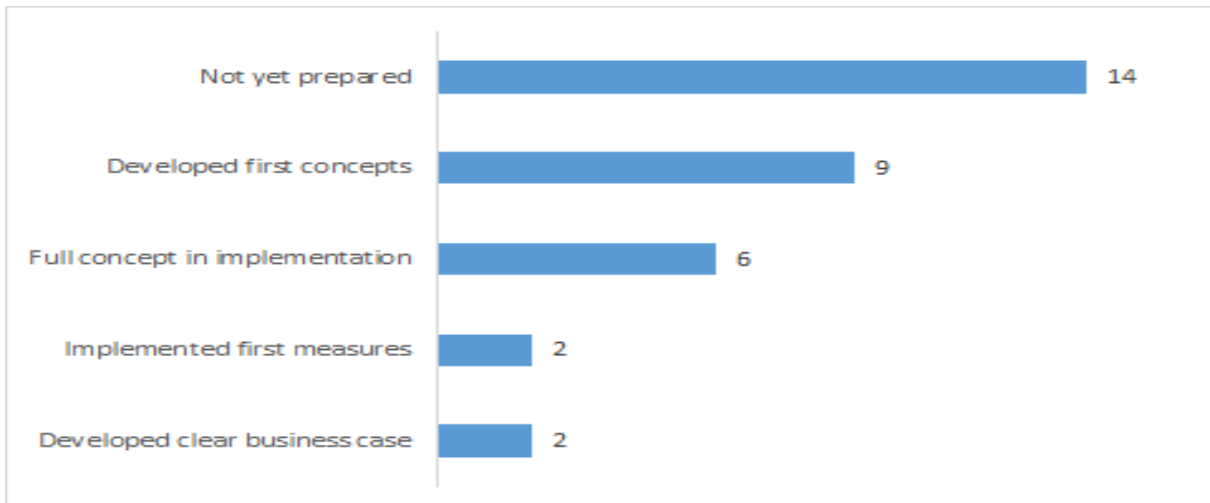
1) Does your company know Industry 4.0 technologies?



**Figure 2:** Split of The Responses of The First Question

More than 50% of the surveyed companies stated that they had information about Industry 4.0. Only four firms had no knowledge.

2) Is your company ready for Industry 4.0 technologies? (Lorenz et al., 2016)

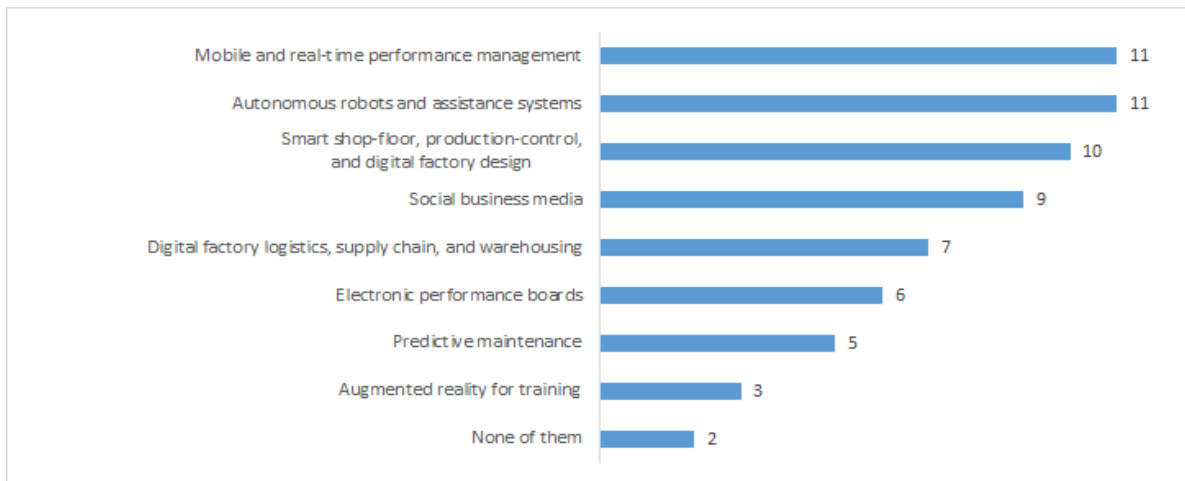


**Figure 3:** Split of The Responses of The Second Question

While 42% of the firms had not made any preparations, 27% had developed the first concepts.



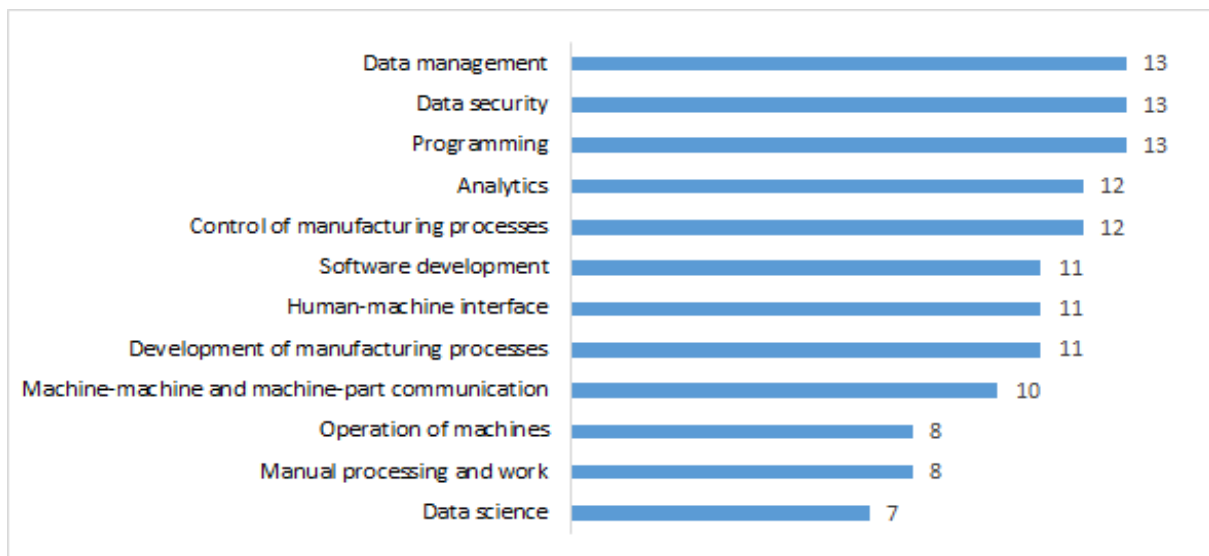
3) Which of the following applications is used by your company? (Lorenz et al., 2016)



**Figure 4:** Split of The Responses of The Third Question

Firms reported that automatic robots and assistance systems, as well as mobile and real-time performance management applications were preferred.

4) What qualities would you expect your employees to have in the future? (Lorenz et al., 2016)



**Figure 5:** Split of The Responses of The Fourth Question

Companies stated that that they would need qualified employees, especially in data management, data security, programming, analysis, and control of manufacturing processes.

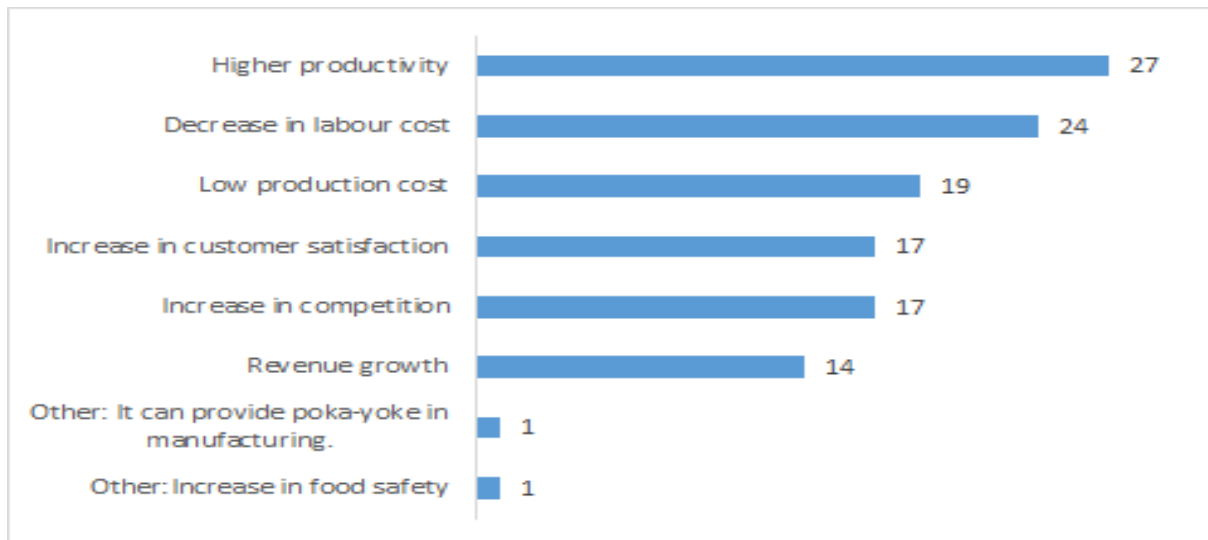
5) What is the biggest challenge you face in your company in the Industry 4.0 process?  
(Geissbauer, et al, 2015; Lorenz et al, 2016)



**Figure 6:** Split of The Responses of The Fifth Question

Firms reported the lack of qualified employees and the need for excessive investment as the greatest challenges to the application of Industry 4.0.

6) What are the benefits of digitalized manufacturing? (Geissbauer, et al, 2015)

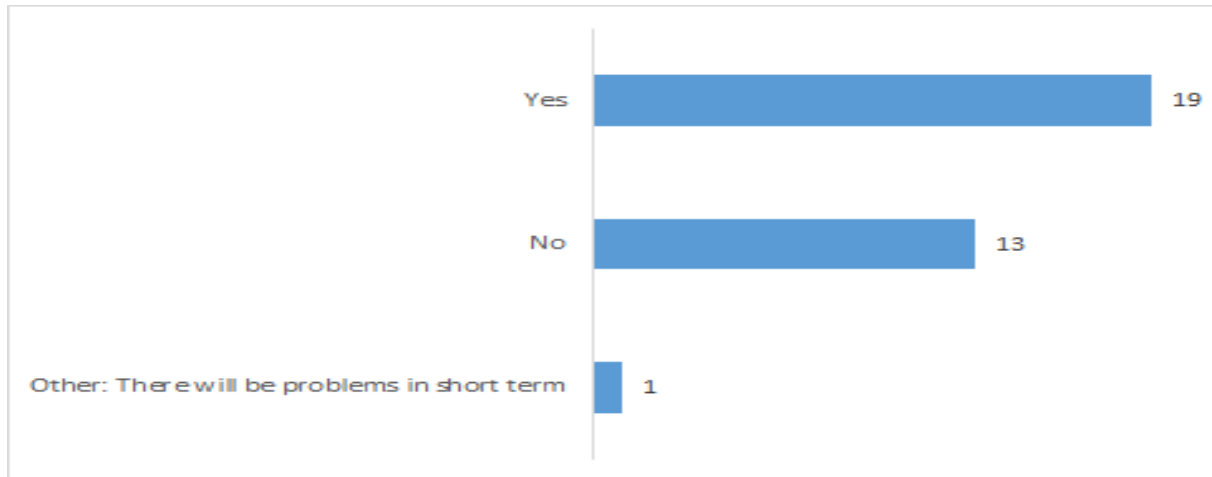


**Figure 7:** Split of The Responses of The Sixth Question

Firms reported that low production cost, income increases, high productivity, increases in customer satisfaction, increases in competition, increases in food security, and decreases in

labor cost would comprise the benefits of digital manufacturing. Additionally, one respondent stated that poka-yoke, which means error prevention, should also be provided in manufacturing.

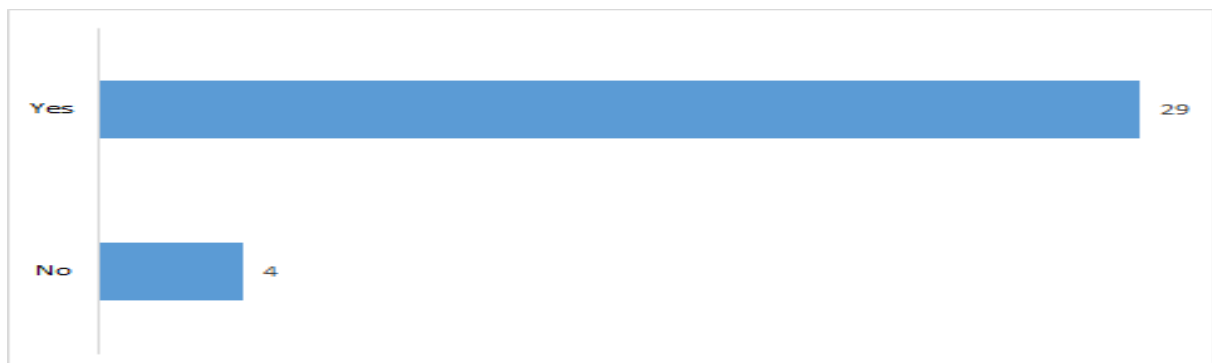
7) Do you think that Industry 4.0 technologies can increase employment problems, because they reduce labor-intensive production?



**Figure 8:** Split of The Responses of The Ninth Question

58% of firms stated that Industry 4.0 technologies would cause problems related to unemployment as they reduced labor-intensive production.

8) Do you think that Industry 4.0 technologies can have a positive impact on issues related to society, such as environment and health?



**Figure 9:** Split of The Responses of The Tenth Question

Most companies asserted that Industry 4.0 would positively impact social issues, such as the environment and health.

## **6. RESULTS and SUGGESTIONS**

In this study, it is strived to determine the effects of Industry 4.0, which has attracted much attention since its introduction to the world; specifically, it is focused on Turkish firms operating in the manufacturing sector. Additionally, issues stemming from the 4th Industrial Revolution (i.e Industry 4.0), are presented.

It is sought to measure firms' levels of awareness and the perceived difficulties faced when adapting to Industry 4.0. The lack of qualified employees and the need for heavy investment were perceived as the major challenges. Companies anticipate a need for qualified personnel to control data management, data security, programming, analysis, and manufacturing processes. Moreover, they foresee that digitalization of production will have benefits, including low production costs, increased revenue, high productivity, increased customer satisfaction, increased competition, better food security, and decreases in labor cost. It is believed that Industry 4.0 technologies will cause problems related to unemployment, because it decreases labor-intensive production needs. However, most firms agreed that these technologies would have an overall positive effect on society.

Society 5.0 is a philosophy that defines the objectives and requirements of the use of the technologies introduced by Industry 4.0. It is not enough for countries to accept Industry 4.0 and make technological innovations/changes so that they do not fall behind in the new age. Countries that have implemented Industry 4.0 should also adopt the philosophy of Society 5.0, because every development focuses on people and society stands to benefit.

After analyzing the survey results, it is noted that most companies had knowledge of Industry 4.0, but many were doubtful about investment, owing to the high investment costs and lack of preparation thus far. Regarding the threat to labor via unemployment, Turkey can overcome this threat by making identified changes per a roadmap, making it possible for the younger population to take a leading role. Senior executives were cognizant of these issues, meaning that Turkey may not be left behind. The problems can be overcome by leveraging opportunities, beginning with adequate government incentives and market preparation. Thus, the general situation of Industry 4.0 in Turkey is promising.

## REFERENCES

- Altınpulluk, H., & Kesim, M. (2015). Geçmişten günümüze artırılmış gerçeklik uygulamalarında gerçekleşen paradigma değişimleri. *Akademik Bilişim Kongresi*, 4-6.
- Anderl, R. (2014, October). Industrie 4.0-advanced engineering of smart products and smart production. In *Proceedings of International Seminar on High Technology*(Vol. 19).
- Aybek, H. S. Y. (2017). Üniversite 4.0'a geçiş süreci: kavramsal bir yaklaşım. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 164-176.
- Baheti, R., & Gill, H. (2011). Cyber-physical systems. *The impact of control technology*, 12(1), 161-166.
- Bauer W., Schlund S., Marrenbach D., Ganschar O., (2014). Industrie 4.0 – Volkswirtschaftliches Potenzial für Deutschland, Study commissioned by the German Association for Information Technology, Telecommunications and New Media (BITKOM).
- Billinghurst, M., Clark, A., & Lee, G., (2015). “A survey of augmented reality. *Foundations and Trends in Human-Computer Interaction*”, 8(2-3), 73-272.
- Bishop, M. A., (2005). Introduction to computer security (Vol. 50). Boston: Addison-Wesley.
- Brynjolfsson, E., McAfee, A., (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, W.W. Norton Company.
- Conner, B. P., Manogharan, G. P., Martof, A. N., Rodomsky, L. M., Rodomsky, C. M., Jordan, D. C., & Limperos, J. W. (2014). Making sense of 3-D printing: Creating a map of additive manufacturing products and services. *Additive Manufacturing*, 1, 64-76.
- Coşkun, S., Kayıkcı, Y., & Gençay, E. (2019). Adapting Engineering Education to Industry 4.0 Vision. *Technologies*, 7(1), 10.
- Demir, A., (2018). Endüstri 4.0'dan Eğitim 4.0'a Değişen Eğitim-Öğretim Paradigmaları. *Electronic Turkish Studies*, 13(15).
- Doğan, K., & ARSLANTEKİN, S. (2016). Büyük Veri: Önemi, Yapısı ve Günümüzdeki Durum. *DTCF Dergisi*, 56(1). Gantz, J., & Reinsel, D., 2011. Extracting value from chaos. IDC iView, 1142(2011), 1-12.
- Geissbauer R., J. Vedso, S. Schrauf, (2015). “Industry 4.0: Building the digital enterprise”, Available: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industry-4.0.html>.
- Sıla, G., (2018). Sanayi 4.0 Yolunda Türkiye. *Sosyoekonomi*, 26(36), 235-243.
- Henkoğlu, T., & Külcü, Ö. (2013). Bilgi erişim platformu olarak bulut bilişim: Riskler ve hukuksal koşullar üzerine bir inceleme. *Bilgi Dünyası*, 14(1), 62-86.
- Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2016, January). Design principles for industrie 4.0 scenarios. In *2016 49th Hawaii international conference on system sciences (HICSS)* (pp. 3928-3937). IEEE.
- Hofmann, D., Margull, R., Dittrich, P. G., & Düntsch, E. (2012). Smartphone green vision at dawn of industry 4.0. In *Advanced Materials Research* (Vol. 403, pp. 4079-4083). Trans Tech Publications.
- Hofmann, D., Margull, R., Dittrich, P. G., & Düntsch, E. (2012). Smartphone green vision at dawn of industry 4.0. In *Advanced Materials Research* (Vol. 403, pp. 4079-4083). Trans Tech Publications.
- Kagermann, H., Lukas, W. D., & Wahlster, W. (2011). Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution. *VDI nachrichten*, 13(1).
- Keidanren, (2016). Toward realization of the new economy and society Japan Business Federation.
- Koca, K. C. (2018). Sanayi 4.0: Türkiye Açısından Fırsatlar ve Tehditler. *Sosyoekonomi*, 26(36), 245-252.
- Landriscina, F., (2013). Simulation and learning: A model-centered approach. Springer Science & Business Media.
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & information systems engineering*, 6(4), 239-242.
- Lee, J. (2013). Industry 4.0 in big data environment. *German Harting Magazine*, 1(1), 8-10.
- Lorenz, M., Küpper, D., M. Rößmann, A. Heidemann, A. Bause, (2016). “Time to Accelerate in the Race Toward Industry 4.0”, <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/lean-manufacturing-operations-time-accelerate-race-toward-industry-4/>.

- Lukač, D. (2015, November). The fourth ICT-based industrial revolution" Industry 4.0"—HMI and the case of CAE/CAD innovation with EPLAN P8. In *2015 23rd Telecommunications Forum Telfor (TELFOR)* (pp. 835-838). IEEE.
- Mattern, F., & Floerkemeier, C. (2010). From the Internet of Computers to the Internet of Things. In *From active data management to event-based systems and more* (pp. 242-259). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Nuroğlu, E., (2018). Sanayide Dijital Dönüşüm Yarışında Türkiye'nin Dış Ticareti İçin Fırsatlar ve Tehditler, *14th International Conference on Knowledge, Economy & Management*.
- Perales, D. P., Valero, F. A., & García, A. B. (2018). Industry 4.0: a classification scheme. In *Closing the Gap Between Practice and Research in Industrial Engineering* (pp. 343-350). Springer, Cham.
- Pfeiffer, S. (2017). The vision of "Industrie 4.0" in the making—a case of future told, tamed, and traded. *NanoEthics*, 11(1), 107-121.
- Pirvu, B. C., & Zamfirescu, C. B. (2017, August). Smart factory in the context of 4th industrial revolution: challenges and opportunities for Romania. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 227, No. 1, p. 012094). IOP Publishing.
- Qin, J., Liu, Y., & Grosvenor, R. (2016). A categorical framework of manufacturing for industry 4.0 and beyond. *Procedia Cirp*, 52, 173-178.
- Richert, A., Shehadeh, M., Müller, S., Schröder, S., & Jeschke, S. (2016, June). Robotic Workmates: Hybrid Human-Robot-Teams in the Industry 4.0. In *International Conference on e-Learning* (p. 127). Academic Conferences International Limited.
- Sener, S., & Eylevi, B. (2017). Endüstri 4.0'da yeni iş kolları ve yüksek öğrenim. *Mühendis Beyinler Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Seyrek, İ. H. (2011). Bulut Bilişim: İşletmeler için fırsatlar ve zorluklar. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 10(2), 701-713.
- Stearns, P. N. (2018). *The industrial revolution in world history*. Routledge.
- Stock, T., & Seliger, G. (2016). Opportunities of sustainable manufacturing in industry 4.0. *Procedia Cirp*, 40, 536-541.
- Soylu, A. (2018). Endüstri 4.0 ve girişimcilikte yeni yaklaşımlar. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 43-57.
- Wegner, A., Graham, J., & Ribble, E. (2017). A new approach to cyberphysical security in industry 4.0. In *Cybersecurity for Industry 4.0* (pp. 59-72). Springer, Cham.
- Zhang, Q., Cheng, L., & Boutaba, R. (2010). Cloud computing: state-of-the-art and research challenges. *Journal of internet services and applications*, 1(1), 7-18.
- Çelen, S. (2017). Sanayi 4.0 ve Simülasyon. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 1(1), 9-26.
- Öksüz, M. K., Öner, M., & Öner, S. C. (2017). Yalin Üretim Tekniklerinin Endüstri 4.0 Perspektifinden Değerlendirilmesi, Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı.
- Özkan, M., Al, A., & Yavuz, S. (2018). Uluslararası Politik Ekonomi Açısından Dördüncü Sanayi-Endüstri Devrimi'nin Etkileri ve Türkiye. *International Journal of Political Science & Urban Studies*, 6(2).
- Özköse, H., Arı, E. S., & Gencer, C. (2015). Yesterday, today and tomorrow of big data. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1042-1050.
- Öztemel, E. (2018). Eğitimde yeni yönelimlerin değerlendirilmesi ve Eğitim 4.0. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 25-30.
- Ünver, M., & Özbilgin, İ. G., (2017). Ulusal Nesnelerin İnterneti Stratejisi Önerisi., 4. Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri Konferansı "Endüstri 4.0"

**Citation:** Süklün H. (2019), A Case Study: Do Misconceptions Lead To Intergroup Conflicts At Workplaces?, BMIJ, (2019), 7(1): 42-57 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1040>

## A CASE STUDY: DO MISCONCEPTIONS LEAD TO INTERGROUP CONFLICTS AT WORKPLACES?

Harika SÜKLÜN<sup>1</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 23/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi): 11/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*This study's purpose was to investigate if misconceptions lead to conflicts and increase attention among scholars for further research as well. Although misconception is one of the roots of conflicts is somehow accepted, especially by the practitioners, there are not many empirical studies conducted to investigate if there is a relationship between misconception and conflicts. This study is prepared on a small scale as a starting point. To explore the subject better case study methodology is used. Two different studies conducted to be able to compare and analyze the situation among the groups. One group is taken as in-group and the other group is taken as out-group. This study's findings revealed that misconception leads to conflict at workplaces and to a hostile work environment. "We vs. them" situation among the groups and intergroup conflicts are observed. Conclusion and limitation are discussed.*

**Keywords:** Misconception; Conflict; Organizational Behavior

**JEL Codes:** M0, M1

## ÖRNEK ÇALIŞMA: YANLIŞ ALGILAMALAR İŞ YERLERİNDE ÇATIŞMALARA NEDEN OLUR MU?

### ÖZ

*Bu çalışma, yanlış algıların çatışmalara yol açıp açmadığını incelemek ve daha fazla araştırma yapmak için bilim adamları arasında dikkati arttırmak amacı ile yapılmıştır. Çatışmaların köklerinden biri olarak yanlış algı, özellikle de uygulayıcılar tarafından kabul görse de, yanlış anlama ve çatışmalar arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmak için pek çok deneye dayalı çalışma yoktur. Bu çalışma başlangıç noktası olarak küçük ölçekli olarak hazırlanmıştır. Konuyu daha iyi anlamaya çalışmak için olay inceleme metodu kullanılmıştır. Gruplar arasındaki durumu karşılaştırabilmek ve analiz edebilmek için iki farklı çalışma yapılmıştır. Biri grup içi, diğeri ise grup dışı olarak alınmıştır. Bu çalışmanın bulguları, yanlış algılamaların işyerlerinde çalışma ortamında çatışmaya yol açtığını ortaya koymuştur. Gruplar arasında "Biz ve Onlar" olgusunun yanı sıra gruplar arası çatışmalar gözlemlenmiştir. Çalışmanın sonuçları incelenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Yanlış Algılama; Çatışmalar; Örgütsel Davranış

**JEL Codes:** M0, M1

<sup>1</sup> Assistant Prof. Dr., Abdullah Gul University, [harika.suklun@agu.edu.tr](mailto:harika.suklun@agu.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0003-1016-268X>

## **1. INTRODUCTION**

### **1.1. The Differences between Misconception and Misperception**

Misconception defined as; a view or opinion that is incorrect because based on faulty thinking or understanding (Oxford Dictionary), an idea that is wrong because it has been based on a failure to understand situation (Cambridge Dictionary). For example, without checking the accuracy of myths we wrongly believe them thus, our belief is based on faulty thinking or accepting whatever has been said before.

The misperception is defined as; A wrong or incorrect understanding or interpretation (Oxford Dictionary), a belief or opinion about something that is wrong or not accurate (Cambridge Dictionary). In misperception even we see, feel and hear or observe behaviors of others we misunderstand the situation, speech, and behaviors. In another word (Arntzen, Lokke, Lokke, & Eilertsen (2010) misconceptions can be regarded as “beliefs that are held contrary to known evidence” (as cited in Taylor & Kowalski, 2004, p. 15)

In sum, according to the definitions, we can say that misconception is thinking and misperception is interpretation. Since almost no study found in the recent literature this study based on misconception and investigate if misconception leads to conflicts at workplaces.

### **1.2. Consequences of Conflicts at Workplaces**

Conflicts are inevitable and all organizations have conflicts between departments, between managers and so on. Certainly, conflicts will not disappear in organizations, nations, between group even individuals amongst others and conflicts will persist. As Katz and Flynn (2013) stressed conflict is on the rise and will continue to go up in the workplace. Although organizations gain information from the conflicts and not all of the effects of conflicts is negative there is still a cost of conflicts. According to Freres (2013) conflict has been asserted to be one of the most important and attenuate costs to organizations (as cited in Slaikeu & Hasson, 1998).

First of all, conflicts create harmful work environments and disrupt the workflows and some of the most common problems are bullying, mobbing, untrusting, tardiness, discrimination, high employee turnover, and legal problems as well. Ignoring or avoiding conflicts will not solve workplace problems. Hays (2008) found that “U.S. employees spend 2.8 hours per week dealing with conflict, equating to approximately \$359 billion in paid hours in 2008” (pg. 2). Perhaps many organizations are not aware of the cost of conflicts and because of that, they are not looking for conflict resolutions.



## **2. LITERATURE REVIEW**

Unfortunately, not many studies are found specifically on perception conflicts in the current literature. It is found that perception is taken as a role in conflict especially culture, race and ethnicity, gender and sexuality, knowledge, the impression of the messenger and previous experience (<http://www.ohrd.wisc.edu>). Thus several relevant kinds of literature are reviewed for this case study. Although few studies mentioned that misconception is a source of conflict for either interpersonal or intergroup but there are no empirical studies that confirmed it. The literature review revealed that the question of if misconception leads to intergroup conflicts at workplaces has not been asked yet up to date. Still, the answer to the question of if misconception leads to conflict is unknown. Thus, it is worth to explore it for further research.

### **2.1. Intergroup Relations and Conflicts**

Intergroup relations have always been an important subject for organizations (Lipponen, and Leskinen, 2006). Since more organizations move from an individual to a team performance model (Brubaker, Noble, Fincher, Kee-Young, and Press, 2014) conflict among teams is a very important factor for productive works. Thus, recognition of conflicts is vital for productive works and to be able to understand intergroup conflicts, the internal tensions between group welfare and individual welfare have to be considered (Halavy, Borntesin, and Sagiv, 2008). Group perceptions and intergroup relations are a very complex process (Hong, Levy and Chu, 2001). The literature review exposed that in intergroup conflicts communication is the main subject among scholars. According to Brooker (2001) "in most cases, the problem is really due to a breakdown of communication in intergroup conflicts" (p. 16) and he also concluded that if "we vs. they" situation is observed at workplaces it can also be observed that bad communication left unresolved. Of course, bad communication is not the only source of we vs. they situation there are other sources for its existence. For example, Tajfel, Billig, Bundy, and Flament (1971) discussed that individuals in a group may feel that it is necessary to divide us and them. Individual differences not only flavor reaction to out-groups, but they are also central to the development of in-group attachments (Huddy, 2004).

Based on social communication, Kwok, Wright, and Kashima (2007) stated that social communications possibly will have reflective effects in settling intergroup relationships and these relationships are formed by information given to people instead of obtaining information from straight communications. Their findings included that in-groups tend to duplicate stereotypes, which they already have; their out-groups and individuals are different in their

enthusiasm to incorporate in-group relationship or denigrate out-group members. Huddy, (2004) also noted that individuals who dislike one out-group tend to dislike other as well.

In their study, Turner, Brown, and Tajfel (1979) confirmed that favoritism in-group exists and when group members know each other better and when they feel close to each other, the group will not be negatively affected by relationship (Rispen, Greer, Jehn, and Thatcher, 2011). According to O'Neil, Allen and Hastings (2013) relationship conflict can harm team performance. On top of that relationship, a conflict would destroy a harmonized workplace too. Avgar and Neuman (2015) discussed that to prevent, or at least minimize harmful conflicts team members responded to the conflicts in some ways and if they responded accordingly "they can focus on the task at hand, uncomfortable situations can be avoided, and the conflict can be effectively managed" (pg. 65). In many organizations, unmanaged conflicts will have snowball effects; therefore, recognizing conflicts is the first step to prevent conflicts.

Lechner, Frankenberger, and Floyd (2010) reported that at the intergroup level, research starts from the premise that an organization can be conceptualized as a network in which organizational subunits and other kinds of groups are interacting with each other (as cited in Brass, Galaskiewicz, Greve & Tsai, 2004). These interactions take place as formal or informal relationships. Often, they are influenced by the relationships of individual members, as these individuals interact not only as representatives of their groups but also in interpersonally (as cited in Kilduff & Tsai, 2003). Thus, interpersonal linkages frequently act as antecedents for the formation of intergroup relationships (Rosenkopf, Metiu, & George, 2001: p. 866). When interactions are disconnected among the organizational subunits, team members and individuals their relationship will not be close either. Disconnected interaction would support the situation of we vs. they or disconnection among the team members.

## **2.2. Misconception**

Most of the researches are based on misperception not on misconception and HR divisions are stressing this problem to come up how to deal with this type of conflicts. Chambers, Baron, and Inman (2006) reasoned that intergroup conflicts caused by the misperception that aroused from feeling hostility and mistrust. The Office of HRD, on the University of Wisconsin's website (n.d.), it is mentioned that misunderstanding each other's perception becomes a contributor to conflicts. Since misconception is faulty thinking which is not based on the facts it is possible that it would lead to conflicts. Strongly believing something without proof would turn into biases which would be challenging to change it.

### **3. SETTING**

The subject is set for this study is a local government organization at the division of planning with 35 employees in the US. The division is formed by four sections; transportation (it is also called Metro Planning Organization (MPO)), planning services, zoning compliance, and long-range planning. Each group has its own manager, an administrative specialist, planners, and senior planners. Although all of the sections are under the division of planning each section has different specific responsibilities and tasks. Each section has a different culture and each manager has his own managing style. For the local government transportation section's manager's title is "Transportation Section Manager" but for the Federal Government his title is "Director of MPO".

#### **3.1. Background**

In the division of planning 3 sections are funded by local government and large city projects are funded by state government. On the other hand, an MPO is a federally mandated and federally funded transportation policy-making organization in the United States that is made up of representatives from local, state and federal governmental transportation authorities. Federal funding for transportation projects and programs are channeled through this MPO planning process. Federal transportation legislation requires that an MPO has to be designated for each urbanized area with a population of more than 50,000 people in order to carry out the MPO process, as a condition of Federal aid.

#### **3.2. Problem**

MPO staffs believed that the division including the director discriminates against to them because of jealousy, and not understanding their responsibilities. They also believe that because of the complexity of their work their salary should be higher than other planners and senior planners in the division. The feeling of discrimination was one of the hints that there were conflicts in the workplace from the point of view MPO. After short interviews with the employees in the division of planning, complains about gossip, disconnection, favoritism, jealousy, tardiness and some employees being lazy are mentioned among the employees. Employees from other sections accused the MPO staffs doing nothing. The situation needed to be deeply investigated therefore the question of "is there any misconception between the sections" is set as a research question for this study.

### **4. METHOD**

To explore if there is a connection between misconceptions and conflicts a case study method is chosen. A case study is thought to be better suited for this study. In the study, transportation section, (Metropolitan Planning Organization (MPO)) is taken as an intergroup

and other 3 sections are taken as out-groups. Although MPO is housed in the division of planning it is an independent organization and that's why MPO is chosen as intergroup. To be able to analyze if there are connections between misconceptions and conflicts 2 different studies conducted for data collection. In the study one data from MPO and in study two from other sections are collected. Data is collected by deep interviews with open-ended questions. Interviews took 30 to 60 minutes and recorded with the permission of individuals. Later on, transcripts are created from the records. After analyzing the transcripts carefully statements listed from the transcripts.

#### **4.1. Study One**

In this part, MPO's conception about their selves and other sections are examined by conducting interviews with every 8 senior planners and the director. From the interviews, the following conceptions are compiled to compare with the result of the second study to investigate if any of them are misconceptions. Conceptions that made lower than half of the MPO staff are omitted. The followings are compiled from the interviews of MPO staff.

##### ***MPO Staff Problem Statements***

*P2:* The big problem is that the division is more designed to deal with land development. One section gets more emphasis over the other 3 sections in the division. Decision making is not equal in the division among sections. Zoning is a driver for land use and comprehensive plan. It is out of balance. There are problems in the division. Actually, we work better with engineering and traffic engineering; not the planning division. We work with land use, zoning, and subdivision planners; even though we understand those other sections much better than the engineers. We are like a bridge between the two.

*P3:* They think that MPO is reviewed as a low priority within the division because their planning division director worked in planning and zoning for 30 years thus, planning and zoning are his priority. They think he sees transportation as a sidebar. In reality, we believe transportation is the engine that drives the entire economy, culture, and everything; if you do not have a mobile society you cannot conduct business, education, and healthcare and so on; you have to be mobile and functional to be successful.

*P4:* Transportation should be equal with other sections, not more important in the division. There are lots of MPOs that are independent. We need more independence. We have to put up with organizational restrictions of local government. They perceive us as a good budgeting source and they question why we are getting all of the things in the division. We should be able to do what we have to do but we are often turned down because of a perception that we should be just like other sections or departments.

*Housing problems:*

*P5:* Being housed in the local government brings lots of problems. Although the MPO is an independent entity, local rules and regulations apply to the MPO too.

*Budget problems:*

*P6:* It is often hard to purchase things. In the division not understanding the budgeting differences and complication of the work of the transportation section creates conflicts between sections. For example; the transportation section/MPO often updates the computers because we have a budget that is reserved for that. On the other hand, other sections do not have enough money for updating their computers; indeed they get older computers from the MPO. Sometimes in our local government bureaucracy affects us badly.

*P1:* We have our own funding but, for example, we cannot go to seminars or receive extra training because of the local government's budget cuts. They think that because other division's employees cannot go so we cannot go either. Changes in administrations can be another problem. We constantly are having to redo our organizational structure; it does not matter if it is working or not working. New administration changes are largely political. When we need to we cannot hire outside consultants because they will not allow us.

*HR problems:*

*P7:* Staff thinks that the HR people are a different breed. HR people think that people are machines or tools but they are not. You have to organize people some way. In our level, we have highly educated planners and conceptual people. We need to be viewed differently not like general services or the building inspection. We are not producing widgets or cleaning buildings, we are producing plans for today and for the future. We are trying to do things smarter and better. But HR and local government tend to see everybody the same. It is not right. In HR you have people who have no clue about transportation. The HR creates all kind of problems for us. Especially compensation; we cannot attract the best people because salaries are adjusted by the HR department. We have no control and we cannot offer any incentive which is very bad.

*P8:* Being housed in the local government creates problems. When a position is opened the local government's HR department reviews applications and picks top five candidates for interviews. Then the candidate's list is sent to the director of planning and MPO director to schedule interviews. The MPO director has no control in choosing the right candidates.

*P9:* One problem with this is HR people are not experts in the area. They just look at the education and some specific words while scanning the applications. Many other MPOs have

their own HR section which gives them the freedom to choose the right applicant. Recently we lost a technician position and everybody is overloaded but we cannot hire new employees now.

*IT and Technical Problems:*

P2: There are lots of restrictions on the internet and social media usage. We use Facebook, YouTube, and Twitter constantly for our public outreach which is required by the federal government. Only two people can access this site, that's all. To get permission takes a long time.

P4: The other thing is we cannot update our computers because of restrictions. It takes a long time and special permission to do that too. For example when we need to buy software they always ask why we need it. We have to explain them in detail.

P9: There is another problem; we need a car-pool, cellular phones etcetera and they took this away from us; basically, we have to do everything on our own. We use our own cellular phone for business purposes. Even to get mileage on city business reimbursements, you get lots of questions. It is very unproductive. There are lots of technical problems in this system.

*Challenges:*

P9: First of all, we have lots of responsibilities. We do not have authority over the city or the state; however, they are supposed to follow our plans. Coordination is a big challenge because there are lots of mistrust between agencies. We interact with federal, state and local agencies. All of the players are constantly changing. There is a challenge of being with the local government where we have regional responsibility. There are challenges with new legislation. It is getting harder and harder to do the simplest things.

P1: We involved into all aspects of planning, we examine land use planning to consider smart growth, compact growth, multi-use growth, where you do not necessarily have to get into your vehicle to go somewhere. We do everything with highly qualified and highly educated planners who are specialized in different parts of planning. We need to get the best tools like computers, and software. We use all kind of resources such as social media, databases and so on to have the most efficient transportation system now and in the future. If we fail to plan we plan to fail. We should be streamlining to be more functional.

From the MPO's interviews and transcripts, the following conception compiled to investigate if conceptions are misconceptions or not. Conceptions that not mentioned less than 5 employees are omitted.

*Conception 1:* 5 MPO staffs believe that they do not have more responsibilities than the other three sections.

*Conception 2:* 6 MPO staffs feel that they are a part of the division.

*Conception 3:* 5 MPO staffs believe that the other sections do not understand what MPO does.

*Conception 4:* 8 MPO staffs feel like they are the stepchild in the division.

*Conception 5:* 7 MPO staffs believe that there is injustice on treatment and they are treated differently.

*Conception 6:* 7 MPO staffs believe that other sections are jealous about the MPO.

*Conception 7:* 6 MPO staffs feel that other sections are watching them.

*Conception 8:* 8 MPO staffs agree that their work involves with other sections.

*Conception 9:* 7 MPO staff would like to know more about other sections.

*Conception 10:* 6 MPO staffs think that other sections are not willing to get involved with the MPO process.

*Conception 11:* 6 MPO staffs do not think that other sections have less thing things to do than the MPO.

*Conception 12:* 7 MPO staffs strongly agreed that their salary should be higher than other section's senior planners and MPO's work is more complex than the other sections.

*Conception 13:* 6 MPO staffs agreed that other sections are treated differently.

*Conception 14:* 5 MPO staffs believe that other sections have more advantages than the MPO.

*Conception 15:* 8 MPO staffs do not think that other section's work is more complicated.

*Conception 16:* 6 MPO staff agreed that there is miscommunication among the sections in the division.

#### **4.2. Study 2**

To be able to find out MPO's conception are misconceptions a survey handed to other 3 sections' employees (out-groups) and questions were based on MPO's conceptions. Participants of the study two included 27 employees in other 3 sections. Followings are some of the questions that are included in the survey.

1. Do you understand what MPO does?
2. Do you see the MPO as a part of the division of planning?
3. Do you think MPO staff should make a higher salary?
4. Do you appreciate the work of MPO?
5. Do you believe MPO should be housed independently?
6. Do you involve in the MPO process?
7. Do you think that there are miscommunication and conflicts among the sections?

The survey result showed that the other sections' employees understood only the basics of the MPO's jobs and its foundation. 20 of respondents agreed that they do not understand what

the MPO does, see the MPO as a part of the division and MPO has more advantages than the other sections. 15 respondents believed that; the MPO's job is not complicated, MPO's staff salary should not be higher than the other sections' employees and MPO is treated differently in terms of favorability in the division and they get priority on funding, there is a miscommunication among sections and conflicts exist among the sections, and the amount of the MPO's job is not less than their section. 10 of respondents agreed that the MPO's staff did not seem busy with work.

## 5. COMPARISON OF TWO STUDIES AND DISCUSSION

Analysis of the two studies proved that some of the MPO's conceptions are misconceptions. From 16 conceptions 6 of it turned out to be misconceptions.

### 5.1. Misconceptions

*Conception 3:* The other sections do not understand what MPO does.

Results show that this is a misconception because other sections' knowledge about the MPO is at the intermediate level which is better than what MPO staffs think.

*Conception 4:* MPO staffs feel like they are the stepchild in the division.

Interestingly other sections' employee MPO is favored in the division

*Conception 10:* The other sections are not willing to get involved with the MPO process.

Unlike the MPO staff thoughts, other sections' employees are willing to involve with MPO process thus this conception is also a misconception.

*Conception 12:* Their salary should be higher than other section's senior planners and MPO's work is more complex than the other sections.

Members of out-groups respondents believe that the MPO's job is not complicated and MPO's staff salary should not be higher than the other section employees, therefore, conception 12 is turned out to be a misconception.

*Conception 13:* Other sections are treated differently.

This turned out to be a misconception because of not knowing funding of the MPO out-group members feel MPO gets priority and they favored in the division.

*Conception 14:* Other sections have more advantages than the MPO.

In contrast, out-group members believe that the MPO has more advantages than the other sections. So this conception is also a misconception.



## **5.2. Conflicts**

Because of misconceptions between the groups create gossiping among employees. People talk to each other about things that are not true. In this case employees pass misconceptions to each other. Although some gossips are positive but negative gossips have more effects on a work environment. Some of the most common reasons for gossiping are; a need to confirm a perspective, get support about an opinion, a need to mention to others something have not been right, and for speculations. Major negative effects of gossiping in a work environment are; untrustworthiness (between employees and to employers), immorality, concern in employees, misperception of facts, smudged reputations, and a lessening in efficiency.

Comparison of the two studies proved that there are misconceptions made by MPO toward other sections. It is certain that in the division "we" versus "them" concept exists. MPO feeling like stepchild would make them believe that they are treated unfairly which may lead to conflict. On the other hand other section believing that MPO is favored in the division this would lead them to think that they are treated unfairly too. Additionally, MPO employees think that they are being watched by the other sections' employees which came out to be true. Out-group stated that the MPO did not look busy with work which proves that they watch the MPO. Being watched by other employees would yield to stress. Moreover, the other sections' employee believing that MPO has more advantages can be taken as a proof of jealousy which would create an unpleasant work environment. The results of this study showed that because of misconceptions conflicts exist in the division.

## **6. CONCLUSION**

This study's aim was to investigate if misconceptions lead to intergroup conflicts and increase attention among scholars for further research. According to Bornstein (2003), intergroup conflicts are usually based on conflicts of interests within the competing groups and this study in agreement with this statement. Although De Neys (2014) argues that it is hard to detect conflicts the subject is still worth to investigate further. Monteiro (2003) pointed out that professional status among other status categorize people. Although the professional status comparison is not included in this study MPO can be taken as a high-status group in case of professional status because MPO hires only senior planners and in other sections, there are more planners. High-status categorization may have a role in conflicts in the division. Burford (2012) concluded that the distinction of "different identities may be considered as influences on

teamwork and interprofessional learning, and issues in communication and assessment may be considered in terms of intergroup biases" (pg. 143).

The MPO staffs have some misconceptions toward other sections. Although the MPO staffs feel they are a part of the division, but they do not feel that they are accepted as a part of the division. This study confirmed that other sections see the MPO as a part of the division but appreciation is left out. Unlike the other sections, the MPO staff believed that their salary should be higher than other section's employees which other sections employees did not agree with it. The other section employees think that the MPO should stay in the division where the majority of MPO staffs agreed to leave the division. The reason for this difference of opinion might be that the other sections are not aware of the problems that the MPO faces just being housed in the local government. Study two confirmed that fewer people feel that there are miscommunications and conflicts among sections. On the other hand, the first study confirmed that MPO employees do not feel the same way because they stated there are conflicts and miscommunications among the sections. The study two also rebutted the conceptions of other sections not being aware of their jobs being involved with the MPO work. The study revealed that most of the employees in the division are aware of MPO's work.

## **7. RECOMMENDATIONS AND LIMITATIONS**

In this study, some misconceptions are found among the four sections which created conflicts. Brooker (2001) suggests that one of the most useful ways of inducing a constructive social change in business organizations is the process of intergroup problem solving (p.17). Employees having strong citizenship would also prevent conflicts in organizations. Tekin (2018) found that leader-member conversation affects organizational citizenship behavior positively and meaningfully. Therefore, weak organizational citizenship behavior has important negative effects on the organization especially, triggering anti-productive business behavior and a significant threat to the integrity and continuity of the organization (Uysal, 2018). Ruzgar (2018) stated that one of the factors that affect employees' perceived internal or external status is based on the managerial roles played by managers. Additionally, Durmuş (2016) proved that employee satisfaction increases by leadership behavior and their attendance and commitment to organization increases as well. Kaymaz (2018) also confirmed that organizational culture has a significant and positive effect on job satisfaction. In this case, the department director has the responsibility to establish positive citizenship among the employees.

As Keskin, Ayar Şentürk & Beydoğan (2018) mentioned information sharing and communicating information or experience, increases the productivity of the company, promotes the development of integration and provides a sustainable competitive advantage as well. The

department director should establish clear communication and encourage employees to share experiences with other employees. Furthermore, organizational culture plays an important role in preventing or reasoning possible workplace conflicts. Erden Ayhün (2018) stated the organizational culture perceived by the employee might be different in the organizational culture and the desired organizational culture dimensions. Thus, the director should make sure that everybody in the division is on the same page.

Intergroup behavior is also observed in this study. It is somehow obvious that there is we vs. they mentality in the division. Brooker (2001) reported that "in order to explore the dangers of a "we vs. them" situation, it is not necessary to do so in laboratory situation; it can be observed quite readily in an actual work situation" (p. 25). According to Fiol, Pratt and O'Connor (2009) leaders must promote more unified images of the in-group and in this case, the division director and the section managers should spend some efforts to unite the four sections. In-group biases toward other sections are also observed.

Numerous intergroup conflicts research can be found in the literature and many of them agreed that communication is one of the main reasons for intergroup conflicts. Another subject that popular in research is the biases toward out-groups (Caricati, Monacelli, 2010, Tekman, Hortaçsu, and Ok, 2008) and work-related identity. As Horton, Bayerl and Jacob (2014) commented that the last decade has seen a rapidly increasing literature focusing on work-related identity conflicts on all levels. Kılıç Akıncı (2018) stressed that job satisfaction is not enough for employees to do more than to accomplish the main job requirements. There is a high possibility that conflicts at workplaces might decrease job satisfaction and it would be true especially for the out-group in this study. Moreover negative work environment would create unpleasant feelings on employees and as Ertosun, Erdil, & Alpkın (2018) stated that impacts of such environment should be taken into consideration or be papered negative results such as loss of performance, and loss of employees.

In their study Enehaug, Helmersen, Mamelund (2016) found that employees who had directly involved with a conflict showed symptoms of mental health problems. As Choi (2013) mentioned conflict and style of conflict management have important influences on individual, group, and organizational effectiveness in workplaces. Taking into account the above statement, in every organization's leaders and upper-level managers have important roles to solve the problems and it is true for this study. Since the division director is not included in this study in further studies, it would be better to interview with a director who oversees the whole division in an organization. Thus the effects of a director on misconception conflicts can be better identified at workplaces.

Out-group's behavior toward in-group can be taken as sarcastic thus; observed organizational support would avoid employees from being in sarcastic to others (Kanbur and Canbek, 2018). Another study by Ergün and Eyisoy, (2018) demonstrated that providing an opportunity to team members for improvement increased the team's cooperation. They also found that communication among the teams has an impact on team performance, training and development, team spirit, and support for team members. Certainly, conflict management training has to be given to all employees for a healthy organization.

Future studies about misconceptions and conflicts should include type conflicts that misconception reasons. Since the author worked in the division and being an insider future studies should be conducted by an outside researcher. Looking at the subject on a small scale the findings cannot be generalized, thus further studies should be formed on a larger scale as well.

## REFERENCES

- Avgar, A. C., Neuman, E. J. (2015). Seeing conflict: A study of conflict accuracy in work teams. *Negotiation and Conflict Management Research*, Volume 8, Number 2, Pages 65–84.
- Brass, D.J., Galaskiewicz, J., Greve, R. H., Tsai, B. W. (2004). Taking stock of networks and organizations: Multilevel perspective. *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 6, 795–817.
- Bornstein, G. (2003). Intergroup conflict: Individual, group, and collective interests. *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 7, No. 2, 129–145.
- Brooker, M. W., (2001), Eliminating intergroup conflicts, *S.A.M. Advanced Management Journal*, Vol. 40, 16-25.
- Brubaker, D., Noble, C., Fincher, R., Kee-Young, S., Press S. (2014). Conflict resolution in the workplace: What will the future bring? *Conflict Resolution Quarterly*, vol. 31, no. 4, DOI: 10.1002/crq.21104
- Burford, B. (2012) Group processes in medical education: learning from social identity theory. *Medical Education*, 46: 143–152, doi:10.1111/j.1365-2923.2011.04099.x
- Caricati, L., Monacelli, N. (2010) Social hierarchies and intergroup discrimination: The case of the intermediate status group. *British Journal of Social Psychology*. 49. 637-646.
- Chambers, J.R., Baron, R.S., Inman, M.L. (2006). Misperceptions in intergroup conflict, disagreeing about what we disagree about. *Psychological Science*, Volume 17.
- Choi, Y. (2013). The influence of conflict management culture on job satisfaction. *Social Behavior and Personality*, 41(4), 687-692 dx.doi.org/10.2224/sbp.2013.41.4.687
- De Neys, W. (2014). Conflict detection, dual process, and logical intuitions: Some clarifications. *Thinking & Reasoning*, Vol. 20, No. 2, 169–187.
- Durmuş, A. (2016). Research of relationship between leadership behavior of managers and organizational commitment of employees using statistical methods. *Business & Management Studies: An International Journal*. Vol.:4 Issue: 2, pp. 203-225. doi.org/10.15295/bmij.v4i2.154
- Enehaug, H., Helmersen, M., Mamelund, S. E. (2016). Individual and organizational well-being when workplace conflicts are on the agenda: A mixed-methods study. *Nordic Journal of Working Life Studies*, Volume 6, Number 1.
- Erden Ayhün S. (2018), Örgütsel Süreçlerdeki Kuşaklararası Çatışmalarda Kültürel Değişimlerin Rolü: Akademisyenlere Yönelik Bir Araştırma, *Business & Management Studies: An International Journal*. 6(1): 209-236 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i1.205>
- Ergün, E. & Eyisoy, M.E. (2018), Takım Çalışması Özelliklerinin Takım Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol.: 6 Issue: 4, pp. 1455-1475 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.406>.
- Ertosun, O. G. & Erdil, O. & Alpkın, L. (2018). Pozitif psikolojik sermaye ve çalışan adanmışlığı ilişkisi – deneysel bir çalışma, *Business & Management Studies: An International Journal*. Vol.:6 Issue: 4, pp. 1033-1052. doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.295>.
- Fiol, C., M., Pratt, M. G., and O'Connor, E., J., (2009) Managing intractable identity conflicts. *Academy of Management Review*, Vol. 34, No 1, pp. 32-55.
- Freres, M. (2013). Financial Costs of Workplace Conflict. *Journal of the International Ombudsman Association*. volume 6, number 2, pp 83-94.
- Halavy, N., Bornstein, G., and Sagiv, L. (2008). “In-group love” and “out-group hate” as motives for individual participation in intergroup conflict: A new game paradigm. *Psychological Science*, 19(4):405-11. doi: 10.1111/j.1467-9280.2008.02100.x.
- Hays, J. (2008). Workplace Conflict and How Businesses Can Harness it to Thrive. *CPP Global Human Capital Report*. Retrieved from [http://img.en25.com/Web/ CPP/Conflict\\_report.pdf](http://img.en25.com/Web/ CPP/Conflict_report.pdf).
- Hong, Y., Levy, S.R., and Chiu C., (2011). The contribution of the lay theories approach to the study groups, *Personality & Social Psychology Review*, Vol. 5, No. 2, pp. 98-106.
- Horton, K. E., Bayerl, P. S., Jacobs, G. (2014). Identity conflicts at work: An integrative framework. *Journal of Organizational Behavior*, 35, S6 –S22 DOI: 10.1002/job.1893
- Huddy, L., (2004). Contrasting theoretical approaches to intergroup relations, *International Society of Political Psychology*, Vol. 25, No 6.
- Kanbur E. & Canbek M. (2018), Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Sinizm Üzerine Etkisi: Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü, *Business & Management Studies: An International Journal* Vol.:6 Issue: 3.
- Katz, N.H., Flynn, L.T (2013). Understanding conflict management systems and strategies in the workplace. A pilot study. *Conflict Resolution Quarterly*, vol. 30, no. 4, DOI: 10.1002/crq.21070

- Kaymaz K. (2018), Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Diana C. Phesey'in Örgüt Kültürü Sınıflandırması Ekseninde Bir Araştırma (2018). *Business & Management Studies: An International Journal* Vol.:6 Issue: 4, pp. 1053-1070. doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.282>
- Keskin H. & Ayar Şentürk H. & Beydoğan A. (2018), Yenilikçilik kalitesi perspektifinden bilgi paylaşımı, entelektüel sermaye ve performans ilişkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(3): 71-94. doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i3.344>.
- Kilduff, M., Tsai, W. (2005) Review: Social networks and organizations. *Academy of Management Review*, Vol. 30, No. 1, pp. 207-209.
- Kılıç Akıncı S. (2018), Investigating The role of job satisfaction: Does it act as a moderator or mediator between organizational identification and work engagement? *Business & Management Studies: An International Journal* Vol.:6 Issue: 4 pp. 1322-1335 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.353>
- Kwok, W. W., Wright, B., and Kashima, Y. (2007), Constructing intergroup relationships in social communication. *Japanese Psychological Research*, 49: 121-135. doi:10.1111/j.1468-5884.2007.00339.x
- Lechner, C., Frankenberger K., and Floyd S. W., (2010) Task contingencies in the curvilinear relationship between intergroup networks and initiative performance, *Academy of Management Journal*, Vol. 53, No.4, 865-889.
- Lipponen, J., Leskinen, J. (2006). Conditions of contact, common in-group identity, and in-group bias toward contingent workers. *The Journal of Social Psychology*, 146(6), 671-684.
- Monteiro, M. B. (2003). Dealing with intergroup conflicts in organizations: A challenge to the right of diversity. *Portuguese Journal of Social Science*, Vol. 2 Issue 2, p79.
- O'Neil, T. A., Allen, N. J., and Hastings, S. E. (2013) Examining the “pros” and “cons” of team conflict: A team-level meta-analysis of task, relationship, and process conflict. *Human Performance*, 26:236-260, ISSN: 0895-9285 print/1532-7043 online DOI: 10.1080/08959285.2013.795573
- Rispens, S., Greer, L., Jehn, K.A., and Thatcher, S.M.B (2011). Not so bad after all: How relational closeness buffers the association between relationship conflict and helpful and deviant group behaviors. *Negotiation and Conflict Management Research*, Volume 4, Number 4, 277-296.
- Rosenkopf, L., Metiu, A. & V. P. George, (2001) From the bottom up? Technical committee activity and alliance formation. *Administrative Science Quarterly* 46(4):748-772.
- Rüzgar N. (2018), Hizmet Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletme Yöneticilerinin, Mintzberg Taksonomisine Göre Üstlendikleri Roller, İnsan Kaynaklarının İçsellik Ve Dışsallık Statüsü Algısına Etkisi: Bir Uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol.: 6 Issue: 4, pp. 1101-1117 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.325>.
- Slaikue, K. A. & Hasson, R. H. (1998). *Controlling the Costs of Conflict: How to Design a System for Your Organization*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Tajfel, H, Billig M.G., Bundy R. P. and Flament C., (1971), Social categorization and intergroup behavior, *European. Journal of Social Psychology*, Vol. 1, No. 2, pp. 149-178.
- Taylor, A. K., & Kowaski, P. (2004). Naïve psychological science: the prevalence, strength, and source of misconceptions. *The Psychological Record*, 54, 15 -25.
- Tekin E. (2018), Lider-Üye Etkileşiminin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1): 291-314 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i1.225>
- Tekman, H.G., Hortaçsu, N., Ok, A.B. (2008). Message content, group identification and the intergroup sensitivity effect: Responses to the message and recognition memory. *Asian Journal of Social Psychology*, 11, 279-285. DOI: 10.1111/j.1467-839X.2008.00268.x
- Turner, J.C., Brown, R.J. and Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favoritism. *European. Journal of Social Psychology*, Vol. 9, 187-204.
- The University of Wisconsin, The role perception in conflicts, retrieved from <https://www.ohrd.wisc.edu/home/HideATab/FullyPreparedtoManage/ConflictResolution/>
- Uysal, H. T. (2018), Çalışanlarda İşe Yabancılaşmanın Üretkenlik Karşıtı İş Davranışlarına Etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol.: 6 Issue: 4 Year, pp. 1434-1454 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.405>

**Citation:** Koçak D. (2019), Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması Ve İşte Kalma Niyeti Üzerindeki Etkisi, BMMJ, (2019), 7(1): 58-77 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1043>

## ALGILANAN ÖRGÜTSEL ENGEL ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE UYARLAMASI VE İŞTE KALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Daimi KOÇAK<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 14/01/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 06/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışma, Gibney vd. (2009) tarafından geliştirilen “Algılanan Örgütsel Engel” ölçeğinin güvenilirlik ve geçerliliğini test etmek ve Türkçe uyarlamasını ispatlamak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca bu çalışmada algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerindeki etkisi sosyal değişim teorisi çerçevesinde incelenmiştir. Araştırma verileri hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın 293 çalışanından anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Algılanan örgütsel engel ölçeğine yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek boyutlu yapısı desteklenmiştir. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alpha değeri 0,897 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak, çalışanların algılanan örgütsel engel seviyelerini ölçmek için kullanılan ölçeğin Türkiye’de güvenilir ve geçerli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca araştırma sonucunda algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerinde negatif yönlü bir etkisinin olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar, araştırmanın son kısmında detaylı olarak tartışılmış ve sektör yöneticilerine ve gelecekte yapılacak çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Algılanan Örgütsel Engel; İşte Kalma Niyeti; Ölçek Uyarlama

**Jel Kodları:** D23, M12

## TURKISH ADAPTATION OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL OBSTRUCTION SCALE AND ITS EFFECT ON INTENT TO STAY AT WORK

### ABSTRACT

*This study was done to test the reliability and validity of the “Perceived Organizational Obstruction” developed by Gibney et al. (2009) and to prove its Turkish adaptation. Also in this study, the impact of the perceived organizational obstruction on the intention to stay at work was examined within the framework of social change theory. Research data were collected from 293 employees of a company operating in service sector by using survey method. As a result of the exploratory factor analysis on the perceived organizational obstruction scale, one-dimensional structure of the scale was supported. The Cronbach Alpha value of the scale was found as 0,897. As a result, it was determined that the scale measuring employee’s perceived organizational obstruction levels was reliable and valid in Turkey. In addition, it was observed that the perceived organizational obstruction had a negative effect on the intention to stay at work. These results are discussed in detail in the last part of the study and suggestions were made to sector managers and future studies.*

**Keywords:** Perceived Organizational Obstruction; Intent to Stay at Work; Scale Adaptation

**Jel Codes:** D23, M12

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, [dkocak@erzincan.edu.tr](mailto:dkocak@erzincan.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0001-9099-2055>

## 1. GİRİŞ

Çalışanların işverenleri, yöneticileri ve örgütleri ile olan ilişkileri uzun yıllar boyunca teorik ve ampirik çalışmalara konu olmuştur (örneğin; algılanan örgütsel destek, lider-üye etkileşimi). Bu ilişkilere yönelik yapılan çalışmaların temel dayanak noktası genellikle sosyal değişim teorisi olmuştur (Eisenberger vd., 1986, 1990; Graen ve Uhl-Bien, 1995). Sosyal değişim teorisi, çalışanlar ile örgüt arasındaki ilişkinin karşılıklı olduğunu savunur (Konovsky ve Pugh, 1994:657). Diğer bir ifade ile sosyal değişim teorisi, örgütün çalışana desteklemesi durumunda çalışanın örgüte karşı birtakım olumlu tutum ve davranışlarının (örneğin örgütsel bağlılığının artması) artacağını (Eisenberger vd., 1990), desteklememesi durumunda ise çalışanın örgütün arzu etmediği tutum ve davranışlarının (örneğin işten ayrılması) artacağını (Eisenberger vd., 2002) savunur. Gibney vd. (2009, 2011) yaptıkları araştırmalarda çalışanların düşük örgütsel destek algılarının örgütsel engel olarak ifade edilebileceğini ispat etmişlerdir. Algılanan örgütsel engel, çalışanın hedeflerine ulaşmasında örgütün engel oluşturduğu veya bu hedeflere ulaşmasını zorlaştırdığı yönündeki algısını ifade eder (Gibney vd., 2009:667). Çalışan, belirlediği hedeflere ulaşmasında örgütsel birtakım engellemelerin veya zorlaştırmaların olduğunu algıladığında örgüt ile olan ilişkisini devam ettirmek istemez (Gibney vd., 2011:1084). Çalışanın ilişkisini devam ettirmek istememesi, diğer bir ifade ile işten ayrılmaya niyetlenmesi çalışanın örgütten ayrılmasına kadar geçen zamanda ayrılma ile ilgili düşünce planlarının olması olarak ifade edilir (Van Der Heijden vd., 2009:617). Çalışanın işte kalma niyeti işten ayrılma niyetinin tersi olarak ifade edilebilir (Mustapha vd., 2010:60). Çalışanların işten ayrılma niyetinde olmaları düşük iş memnuniyetlerinin olduğu (Başak vd., 2013; Gamage ve Buddhika, 2013; Masum vd., 2016; Van Der Heijden vd., 2009) ve düşük örgütsel destek algılarının olduğu (Kalidass ve Bahron, 2015; Islam vd., 2013; Tumwesigye, 2010) şeklinde yorumlanabilir.

Bu çalışma Gibney vd., (2009) tarafından geliştirilen algılanan örgütsel engel ölçeğinin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda Türkçe literatüre algılanan örgütsel engel kavramının Türkçe uyarlaması kazandırılmış olacak ve ilgili ölçek farklı bir kültürde incelenerek daha geniş bir anlam kazanacaktır. Ayrıca bu çalışma, algılanan örgütsel engel ve işte kalma niyeti arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide cinsiyetin düzenleyici (moderatör) etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, algılanan örgütsel engel ve işte kalma niyeti kavramları teorik çerçevede ele alınmış ve bu kavramların birbirleri ile olan ilişkileri yabancı ve yerli literatür araştırması sonucunda ortaya konmuştur. Çalışmanın ikinci



bölümünde ise, hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın çalışanlarından elde edilen veriler sonucunda algılanan örgütsel engel ölçeğinin Türkçe uyarlaması ve işte kalma niyeti üzerindeki etkisi incelenmiş ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

## **2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

### **2.1. Algılanan Örgütsel Engel**

Çalışan-örgüt ilişkisi üzerine yapılan araştırmalar, bu ilişkiyi genellikle sosyal değişim teorisine dayandırarak açıklamaya çalışmışlardır (Eisenberger vd., 1986, 1990; Graen ve Uhl-Bien, 1995). Sosyal değişim teorisi, çalışan ve örgütün karşılıklı olarak birbirlerinden beklentilerinin olduğunu ve karşılıklı olarak bu beklentilerin karşılanması ölçüsünde devam eden bir süreç olduğunu ileri sürmektedir (Emerson, 1976:336). Sosyal değişim ilişkisi, ekonomik değişim ilişkisinde olduğu gibi, tarafların (çalışan ve örgüt) aralarındaki ilişki devam ettiği süre boyunca birbirlerinden bazı beklentiler içerisinde olduklarını iddia eder. Fakat sosyal değişim ilişkisinde ekonomik değişim ilişkisinin aksine, bu beklentilerin kesin niteliği belirtilmemiştir. Diğer bir ifade ile ekonomik değişim tarafların birbirlerinden beklentilerinin açık bir şekilde taahhüt altına alındığı yazılı bir sözleşmeye dayanırken, sosyal değişim yazılı veya resmi bir sözleşmeye dayanmayan, tarafların karşılıklı olarak birbirlerine güvenmelerine dayanan bir değişim ilişkisini ifade eder (Konovsky ve Pugh, 1994: 657). Yapılan araştırmalar, çalışanların örgütün kendilerini desteklediği yönündeki algılarının artması durumunda örgütsel çıktılara katkı yapmak için ekstra çaba gösterdiklerini (Eisenberger vd., 1990; Vigoda-Gadot, 2007; Bateman ve Organ, 1983), örgütsel desteğin negatif veya nötr olması durumunda ise örgütün kendilerinden beklediği asgari çabayı sergilediklerini ortaya koymuşlardır. Fakat sosyal değişim teorisi nötr (veya destekleyici olmayan) ve negatif ilişkilerin aynı olduğunu iddia eder. Diğer bir anlatımla sosyal değişim teorisi anlayışı, çalışanların örgütün kendilerine zarar vermesi durumunda kendilerinin de kuruma zarar vereceğini karşılıklı alış-veriş ilişkisine dayanarak ileri sürer. Bu iddialar sonucunda çalışanların olumsuz veya hatalı davranışlarının kaynağının örgüt olduğunu söylemek yanlış olmaz (Gibney vd., 2009:666). Gibney vd., (2009:667) çalışanların olumsuz davranışlarının kaynağının örgüt olup olmadığı sorusundan hareketle sosyal değişim teorisinin genişletilmesi gerektiğini savunmuşlardır. Bu amaçla yaptıkları çalışmalarda, çalışanların kişisel ve mesleki hedeflerine ulaşmalarında kuruluşlarının kendilerini engellediği veya bu hedeflere ulaşmalarını zorlaştırdığı yönündeki algıları ve çalışanların örgütsel engel algıları ile düşük destek algıları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını araştırmışlardır. Bu amaçla algılanan örgütsel engel kavramını tanımlamışlardır (Gibney vd., 2009, 2011).

Algılanan örgütsel engel, çalışanın bağlı olduğu örgütün hedeflerini gerçekleştirmesine engel olduğu, aksattığı veya hedeflerine müdahale ettiği ve iyi oluşuna (refahına) zarar verdiği yönündeki algısı olarak tanımlanmıştır (Gibney vd., 2009, 2011). Çalışanın örgütsel engel olarak ifade ettiği durumlar yoruma açık durumlar değildir. Algılanan örgütsel engel çalışanın algılarına dayanan ve örgütün hedeflerine ulaşmasına aktif olarak engel olduğu durumlardır. Örneğin, çalışanın her hangi bir konuda çalışma arkadaşı ile yaşadığı bir tartışma örgütsel uygulamalardan ötürü değilse çalışan tarafından örgütsel engel olarak algılanmayacaktır. Çalışanlar örgütsel uygulamaların iş süreçlerini daha zor hale getirdiğine inanıyorlarsa, hedeflere ulaşılmasının engellenip engellenmediğine bakılmaksızın, örgütsel engelleme algısı ortaya çıkacaktır (Gibney vd., 2011:1086). Çalışanlar arzuladıkları hedeflere örgütsel engellerden ötürü ulaşamadıkça algıladıkları örgütsel engel seviyesi artış gösterir. Mackey vd. (2018) algılanan örgütsel engel ile algılanan örgütsel destek arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu sonuçtan hareketle algılanan örgütsel engel ile örgütsel bağlılık arasında negatif (Eisenberger vd., 1986; Eisenberger vd., 1990; Rhoades ve Eisenberger, 2002) işten ayrılma niyeti ile pozitif yönlü bir ilişki olduğu (Allen vd., 2003) söylenebilir.

## **2.2. İşte Kalma Niyeti**

Çalışanların kendi istekleri ile işten veya örgütten ayrılmaları (bu çalışmada işten ayrılma kavramı kullanılmıştır) örgütsel etkinlik ve verimliliği olumsuz etkileyerek karlılığı azaltan bir durumdur. İşten ayrılan çalışanın veya çalışanların yerine alınacak kişi(ler) işletmeye doğrudan (aday bulma, seçme, eğitim, adaptasyon, vs.) ve dolaylı (diğer çalışanların morallerinin bozulması, yeni alınacakların uyumsuz olmaları, sendikaların tepkileri, vs.) maliyetlere neden olacaktır (Mustapha vd., 2010:59). İşten ayrılma niyeti çalışanın mevcut işinden birtakım beklentilerinin (maaş, terfi, eğitim, kararlara katılım vs.) karşılanmaması durumunda, çalışanın işten ayrılmayla ilgili düşüncelere sahip olması ve bu yönde planlar yapması (yeni bir iş araması gibi) olarak ifade edilir (Fong ve Mahfar, 2013: 35; Ongori, 2007: 50; Kerse ve Babadağ, 2018: 634). İşten ayrılmaya niyetlenen çalışanın performansı düşük olacak (Saeed vd., 2014), iş memnuniyeti azalacak (Ramoo vd., 2013; Koçak ve Yücel, 2018) ve sonuç olarak işletmeye katkısı azalacaktır. Bu nedenle işletme yöneticilerinin çalışanların işten ayrılma niyetlerini ve bunun sonucunda gerçekleşecek işten ayrılmalarını önlemek için uygulanan örgütsel politikaları (Cropanzano ve Mitchell, 2005:878), motivasyon araçlarını, örgüt kültürünü ve denetim uygulamalarını dikkatli bir şekilde belirlemeleri gerekir (Kumar ve Govindarajo, 2014: 510).

İşte kalma niyeti ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar bu iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır (Youcef vd., 2016; Chaney, 1991; Nancarrow vd., 2014). İşte kalma niyeti kavramı, çalışanın bilinçli olarak mevcut yaptığı işten veya örgütten ayrılmayla ilgili düşünce ve planlarının olmadığı anlamına gelir (Chaney, 1991:7). Çalışanların işte kalma niyetlerinin temeli sosyal değişim teorisine dayanmaktadır (Phuong ve Trang, 2017:2). Sosyal değişim teorisine göre, bireyler başkaları ile olan ilişkilerinde yazılı olmayan ve karşılıklı güvene dayalı bir değişim ilişkisi içerisinde olurlar (Emerson, 1976). Örgüt çalışana resmi iş sözleşmesinin kapsamı dışında birtakım imkanlar sunması karşılığında çalışanın da resmi iş sözleşmelerinin ötesinde örgüt amaçlarına ekstra katkı yapmasını bekleyecektir. Kısacası bu teori insan ilişkilerinin karşılıklı faydaya ve karşılıklı güvene (resmi bir sözleşmeye dayanmamasından ötürü) dayandığını savunur (Thibaut ve Kelley, 1959:198). Teori, insanların neden birbirleriyle ilişkileri olduğunu ve ilişkilerin başlaması ve bitmesi için neden uygun zamanı belirledikleri mantığını açıklığa kavuşturur. Ayrıca bu teoriye göre çalışanlar yaptıkları işten elde ettikleri fayda nedeniyle işte kalma niyetinde olurlar (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 878).

### **2.3. Araştırma Hipotezleri ve Modeli**

Araştırmanın bu başlığı altında, algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasındaki ilişkiye ve bu ilişkide cinsiyetin düzenleyici etkisine yönelik kurulan hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli incelenmiştir.

#### **2.3.1. Algılanan Örgütsel Engel ve İşte Kalma Niyeti Arasındaki İlişki**

Algılanan örgütsel engel kavramı literatürde yeni bir kavram olmasından ötürü nedenleri ve sonuçlarını inceleyen çok az sayıda araştırma bulunmaktadır (Gibney vd. 2009; Mackey vd. 2018). Bu sınırlı araştırmalardan Mackey vd. (2018:1284) tarafından yapılan çalışmada, algılanan örgütsel engel ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Çalışan örgütün hedeflerine ulaşmasını engellediği algısına sahip olduğunda örgütün kendisinden beklediği ekstra rol davranışlarını sergilemede isteksiz olacaktır. Gibney vd. (2011) ise çalışanların örgütsel engelleme algıları arttıkça örgütsel özdeşleşme seviyelerinin azaldığını tespit etmişlerdir. Bu sonuç çalışanın örgütsel engel algısının artması durumunda örgütle özdeşleşmesinin dolayısıyla örgüte bağlılığının azalacağı (Dávila ve García, 2012; Van Knippenberg ve Sleebos, 2006; Hup Chan, 2006) ve işten ayrılma niyetinin ortaya çıkacağı veya artacağı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca Gibney vd. (2009) tarafından algılanan örgütsel engel kavramını ortaya attıkları çalışmada bu kavramın; işten

ayrılma niyeti ve çalışanların ihmal davranışları ile pozitif, çalışan sesliliği ve çalışan sadakati ile negatif yönlü ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Sosyal değişim teorisine göre, bireyler sosyal değişim ilişkilerinin değerini ve maliyetini değerlendirirler. Maliyetler ilişkide olmanın faydalarını aştığında, bireyler ilişkiye son vereceklerdir (Emerson, 1976). Beklenti teorisine (Vrom, 1964) göre, bireyler hedeflere ulaşmaya değer verirler. Bir değişim ortağı birinin hedeflerine ulaşmasını engellediğinde, bu ilişkide olmanın maliyeti artar. Bu artan maliyetler, ilişkide kalmanın yararlarından ağır basabilir ve bireylerin ilişkiyi sonlandırmasına neden olabilir. Çalışanların işte kalma niyetleri kişisel hedeflerini gerçekleştirmede herhangi bir engelle karşılaşmadıkları ve çalışanın örgütten ayrılmayı gerektirecek bir durum olmadığı yönündeki algıları olarak ifade edilebilir (Demir, 2011: 457). Çalışanlar kuruluşla ilişkilerinin refahlarına zarar verdiğine ve amaçlarına ulaşmalarını engellediğine inandıklarında, kuruluştan ayrılma (ilişkilerine son verme) olasılıkları artar (Gibney, 2009). Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

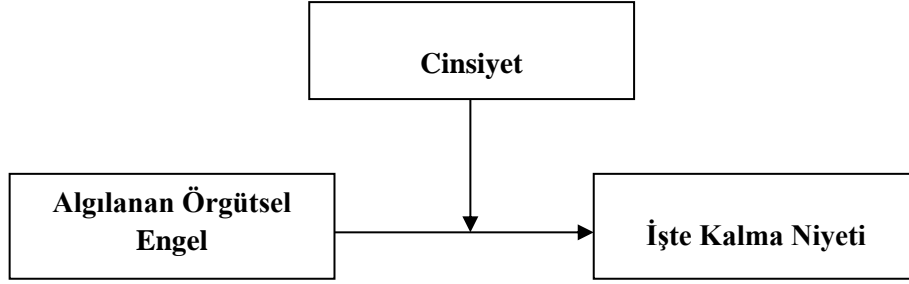
*H<sub>1</sub>: Algılanan örgütsel engel ve işte kalma niyeti arasında negatif bir ilişki vardır.*

### **2.3.2. Cinsiyetin Moderatör Etkisi**

Birçok yerli ve yabancı çalışmada, farklı değişkenlerin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde cinsiyet moderatör değişken olarak kullanılmıştır. Yücel (2017) mobing ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide cinsiyetin moderatör etkisini araştırdığı çalışmada, bayanların mobbing algıları arttıkça işten ayrılma niyetlerinin erkeklere göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Hundera (2014) akademisyenlerin rol stresleri, iş memnuniyetleri, örgütsel bağlılıkları ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiye yönelik yaptığı araştırma sonucunda, bayanların rol streslerinin artması ve iş memnuniyetlerinin azalması sonucunda erkeklere göre daha fazla işten ayrılma niyetinde oldukları gözlemlenmiştir. Khalid vd., (2009) otel çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarının işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinin bayanlarda erkeklere göre daha güçlü olduğunu tespit etmişlerdir. Youcef vd., (2016) tarafından yapılan araştırmada işte kalma niyetinin işten ayrılma niyeti ile negatif, örgütsel bağlılıkla ise pozitif yönlü ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Geçmişte yapılan araştırma sonuçlarına göre erkeklerin örgüte bağlılıklarının kadınlardan daha fazla olduğu ve kadınların işten ayrılma niyetlerinin erkeklere göre daha güçlü olduğu görülmüştür (Marsden vd., 1993; Aydın vd., 2011). Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>2</sub>:** *Algılanan örgütsel engel ve işte kalma niyeti arasındaki ilişkide cinsiyetin moderatör etkisi vardır. Algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerindeki olumsuz etkisi kadınlarda erkeklere göre daha güçlü olacaktır.*

Bu hipotezler doğrultusunda araştırma modeli Şekil 1’de görüldüğü gibi oluşturulmuştur.



**Şekil 1:** Araştırma Modeli

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı, Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın iki amacı vardır. Bunlardan birincisi, Gibney vd., (2009) tarafından geliştirilen algılanan örgütsel engel ölçeğinin Türkçe uyarlamasının yapılmasıdır. İkinci amacı ise, algılanan örgütsel engel ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. Bu amaçların gerçekleştirilmesine yönelik olarak Türkiye’de hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın toplam 1.100 çalışanından 293’üne uygulanan anket sonucunda veriler elde edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 500 adet hazırlanan anketlerin 326 adedi (% 65) geri dönmüş olup bunlardan 33’ü eksik ve hatalı olmalarından ötürü değerlendirmeye dahil edilmemiş ve geriye kalan 293 (% 59) adedi analizlere dahil edilmiştir. İlgili firmanın toplam 1.100 çalışanı olduğu göz önünde bulundurulduğunda örneklemin araştırma evrenini temsil edebileceği istatistiksel olarak söylenebilir (<https://www.surveysystem.com>; Israel, 1992: 1). Ölçek uyarlamalarında faktör analizlerinin doğru sonuçlar vermesi için örneklem büyüklüğünün ölçeğin madde sayısının 20 katından fazla olması gerekir (Costello ve Osborne, 2005; Aktaran Gungör, 2016:106). Türkçe uyarlaması yapılacak olan algılanan örgütsel engel ölçeğinin 5 maddesinin 20 katının 100 olmasından ötürü örneklem büyüklüğünün (293) uyarlama çalışması için yeterli olduğu söylenebilir.

### 3.2. Veri Toplama Araçları

#### 3.2.1. Algılanan Örgütsel Engel Ölçeği

Araştırmada çalışanların örgütsel engel algılarını tespit etmek amacıyla Gibney vd. (2009) tarafından geliştirilen beş maddeli ve tek boyutlu “Algılanan Örgütsel Engel Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçekte “kurumum mesleki hedeflerimi gerçekleştirmemi engellemektedir”, “kurumum refah düzeyimi olumsuz yönde etkilemektedir” şeklinde ifadeler bulunmaktadır. Araştırmacılar tarafından ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,86 olarak bulunmuştur. Ölçekteki maddeler 1’den 7’ye kadar (1-kesinlikle katılmıyorum, 4-ne katılıyorum ne katılmıyorum, 7-kesinlikle katılıyorum) Likert tipi ölçeğe göre derecelendirilmiştir.

Algılanan örgütsel engel ölçeğinin orijinal halinin İngilizce olmasından ötürü öncelikli olarak her bir ölçek maddesinin İngilizceden Türkçeye çevrilmesi gerekmiştir. Bunun için ölçeğin İngilizce konusunda uzman ve anadili Türkçe olan iki akademisyen tarafından birbirlerinden bağımsız olarak çevirisi yapılmıştır. Daha sonrasında bu kişilerden alınan çeviriler karşılaştırılmış ve birbirlerine yüksek oranda benzer çeviri yapıldığı görülmüştür. Türkçe çeviriler yine İngilizce konusunda uzman farklı iki akademisyene Türkçeden İngilizceye çevirtilmiştir. Yapılan bu çevirilerde birbirinden bağımsız olarak yapıldığı için sonuçlar karşılaştırılmış ve yüksek oranda benzerlik olduğu görülmüştür. Son olarak elde edilen çeviriler 4 kişilik İngilizce konusunda uzman bir gruba kontrol ettirilmiş ve nihayetinde ölçeğe son hali verilmiştir.

#### 3.2.2. İşte Kalma Niyeti Ölçeği

Araştırmada çalışanların işte kalma niyetlerini ölçmek için yerli ve yabancı çalışmalarda çok fazla kullanılan, Jenkins (1993) tarafından geliştirilen (Cronbach Alpha 0,77) ve Kitapçı vd. (2013) tarafından Türkçeye uyarlanan (Cronbach Alpha 0,87), 3 maddeli tek boyutlu “İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği” kullanılmıştır. Yapılan yerli ve yabancı literatür taraması sonucunda, çalışanların işte kalma niyetlerinin ölçümünde işten ayrılma niyeti ölçeğinin kullanıldığı görülmüştür. Çalışmaların bir kısmında (Çağlar, 2018; Mustapha vd., 2010; Radford, 2013; Youcef vd., 2016) işten ayrılma niyetine ilişkin maddeler çalışanlara uygulandıktan sonra verilerin analiz aşamasında ters kodlandıkları, diğer bir kısmında ise (Çalışkan, 2010; Kudo vd., 2006; Demir, 2011) olumsuz olan ölçek maddelerinin olumlu olarak değiştirildikten sonra çalışanlara uygulandığı görülmüştür. Bu çalışmada olumsuz olan ölçek maddeleri olumlu olarak değiştirildikten sonra katılımcıların işte kalma niyetleri ölçülmüştür. Ölçekte “bu kurumdan ayrılmayı düşünmüyorum” ve “bu kurumdan ayrılmak istemiyorum” şeklinde

ifadeler yer almaktadır. Ölçek maddeleri 5’li Likert tipi ölçeğe göre (1-kesinlikle katılmıyorum ve 5-kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında katılımcılara ilişkin cinsiyet, medeni hal, yaş ve eğitim durumları gibi demografik özellikler tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda araştırmaya katılan 293 çalışanın cinsiyetlerine göre büyük çoğunluğunun (%61) erkek, medeni hallerine göre çoğunluğunun (%64) evli, yaşlarına göre çoğunluğunun 26-35 (%45) yaş aralığında oldukları ve son olarak eğitim durumlarına göre çoğunluğunun lise mezunu (%64) oldukları tespit edilmiştir.

### 4.2. Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğine İlişkin Veriler

Araştırmanın bu başlığı altında Türkçe uyarlaması yapılan algılanan örgütsel engel ölçeğine ilişkin geçerlilik, güvenirlik ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış ve elde edilen sonuçlar istatistiksel açıdan yorumlanmıştır.

#### 4.2.1. Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğinin Yapı Geçerliliği Testi

Algılanan örgütsel engel ölçeğinin yapı geçerliliğinin test edilmesine yönelik olarak açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinde her bir maddeye ait faktör yükleri, özdeğerleri, açıklanan ve toplam varyans oranları, Kaise-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi (Barlett’s Test of Sphericity) değerleri Tablo 1’de verilmiştir. Ölçekte faktör yüklerinin 0,40 ve üzeri olması, KMO değerinin 0,60 üzeri olması ve küresellik derecesinin anlamlılığında ise  $< 0,05$  değeri referans alınmıştır (Kerse, 2017:291).

**Tablo 1:** Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Toplam Varyans (%)
Kurumum mesleki hedeflerimi gerçekleştirmemi engellemektedir.	,786			
Kurumum refah düzeyimi olumsuz yönde etkilemektedir.	,832			
Kurumum verimli olmamı engellemektedir.	,877	3,55	71,06	71,06
Kurumum kişisel hedeflerimi gerçekleştirmemi engellemektedir.	,885			
Başarıya ulaşmam kurumum tarafından engellenmektedir.	,831			
<b>KMO=,872</b>				
<b>Küresellik Derecesi (Bartlett’s)=591,876 (p=0,000)</b>				

Tablodaki değerler incelendiğinde; ölçeğe ilişkin maddelerin tek boyutta toplandıkları, her bir maddeye ilişkin faktör yüklerinin en düşük 0,786 olduğu, ölçeğin özdeğerinin 3,55 olduğu ve ölçeğe ait maddelerin toplam varyansın %71,06'sını açıkladıkları görülmektedir. Ayrıca elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizi için uygunluğu hakkında bilgi veren KMO değerinin (Büyüköztürk, 2011) yüksek seviyede (0,872) ve Bartlett Küresellik Testinin (0,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Açımlayıcı faktör analiz sonucunda oluşan yapının doğrulanması için (Yaşlıoğlu, 2017:78) ölçeğe doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda oluşturulan modelin geçerliliğinden bahsedilebilmesi için modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin yeterli seviyede olması gerekir (Schermelleh-Engel vd., 2003). Araştırmalarda genel olarak en fazla kullanılan uyum iyiliği değerleri ( $\chi^2/sd$ , SRMR, RMSEA, CFI ve NNFI) bu çalışmada referans alınmıştır (Güngör, 2016). Bu değerlerden SRMR ve RMSEA değerlerin 0,08'den küçük olması,  $\chi^2/sd$  değerinin 5'ten küçük olması, CFI ve NNFI değerlerinin ise 0,95 ve üzerinde olması kabul edilebilir seviyeler olarak değerlendirilmiştir (Gibney, 2009; Güngör, 2016; Schermelleh-Engel vd., 2003). Algılanan örgütsel engel ölçeğine ait 5 madde ile tek boyutlu bir model oluşturulmuştur. Oluşturulan modele ilişkin  $\chi^2/sd$  değerinin 2,2; SRMR değerinin 0,033; RMSEA değerinin 0,077; CFI değerinin 0,99 ve NNFI değerinin 0,98 olduğu görülmüştür. Ayrıca, tüm maddelere ait standardize edilmiş faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olmasından ötürü modelin ilgili ölçek için uygun olduğu söylenebilir (Fornell ve Larcker, 1981).

#### **4.2.2. Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğine Ait Güvenirlilik Analizi**

Bu çalışmada ölçeklerin içsel tutarlılıklarının tespit edilmesi amacıyla, güvenirlilik türlerinden Cronbach Alpha değeri dikkate alınmıştır. Cronbach Alpha değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır ve bu değer 1'e yakın olması ölçeğin güvenilirliğinin yüksek, 0,4 ve üzeri olması ise kabul edilebilir değer olarak değerlendirilir (Tavakol ve Dennick, 2011).



**Tablo 2:** Algılanan Örgütsel Engel Ölçeğine Ait Güvenirlik Analizi Sonuçları

Maddeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı
AÖE1	2,36	1,213	9,29	18,118	,673	,890
AÖE2	2,23	1,186	9,42	17,790	,733	,877
AÖE3	2,29	1,242	9,37	16,897	,793	,864
AÖE4	2,24	1,175	9,42	17,294	,805	,862
AÖE5	2,54	1,302	9,12	16,996	,731	,878
<b>Ölçek İstatistikleri</b>	<b>Ortalama</b> 11,66	<b>Standart Sapma</b> 5,151		<b>Varyans</b> 26,534		<b>Cronbach Alpha</b> ,897

(AÖE=Algılanan örgütsel engel)

Algılanan örgütsel engel ölçeğinin güvenilirliğini test etmek için yapılan analiz sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Tablodaki değerler incelendiğinde her bir maddeye ait Cronbach Alpha değerinin birbirlerine çok yakın değerler olduğu (en yüksek 0,890; en düşük 0,862) dolayısıyla ölçekten madde çıkarmaya gerek olmadığı söylenebilir. Ayrıca ölçeğin genel olarak Cronbach Alpha değerinin yüksek seviyede olduğu ( $\alpha=0,897$ ), dolayısıyla ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu ifade edilebilir.

### 4.3. İşte Kalma Niyeti Ölçeğine İlişkin Veriler

Araştırmanın bu başlığı altında, araştırmada bağımsız değişken olarak kullanılan işte kalma niyeti ölçeğine güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır.

#### 4.3.1. İşte Kalma Niyeti Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

Araştırmada, bağımlı değişken olarak kullanılan işte kalma niyeti ölçeğine ait 3 maddeye güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3:** İşte Kalma Niyeti Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Maddeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı
İKN1	3,85	1,164	11,87	10,964	,808	,927
İKN2	3,93	1,185	11,80	10,707	,830	,920
İKN3	3,97	1,190	11,75	10,424	,873	,906
<b>Ölçek İstatistikleri</b>	<b>Ortalama</b> 15,72	<b>Standart Sapma</b> 4,31		<b>Varyans</b> 18,55		<b>Cronbach Alpha</b> ,935

(İKN=İşte kalma niyeti)

Tablodaki sonuçlar incelendiğinde maddelere ait Cronbach Alpha değerlerinin birbirlerine çok yakın oldukları dolayısıyla ölçekten madde çıkarılmasına gerek olmadığı

söylenbilir (en yüksek 0,927; en düşük 0,906). Ölçeğin genel olarak Cronbach Alpha değeri incelendiğinde ( $\alpha=0,935$ ) bu değer oldukça yüksek olduğu, dolayısıyla ölçeğin yüksek seviyede güvenilir olduğu belirtilebilir.

İşte kalma niyeti ölçeğine ilişkin oluşturulan modelin doğruluğunun test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda modele ait uyum iyiliği değerlerinin yeterli seviyede oldukları sonucuna ulaşılmıştır ( $\chi^2/sd=3,33$ , SRMR=0,023, RMSEA=0,073, CFI=0,99 ve NNFI=0,98).

#### 4.4. Araştırma Hipotezlerinin Testi

Araştırmada yapılan literatür taraması sonucunda ortaya konan hipotezlerin test edilmesine yönelik olarak, elde edilen veriler SPSS için PROCESS Macro (Hayes, 2013) istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu analiz öncesinde değişkenler arasındaki ilişkinin seviyesinin tespit edilmesine yönelik olarak korelasyon analizi yapılmış ve yapılan korelasyon analizi sonucunda elde edilen ortalamalar, standart sapmalar, korelasyon değerleri ve Cronbach Alpha değerleri Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4:** Değişkenlere İlişkin Ortalama, Standart Sapma, Korelasyon ve Cronbach Alpha Değerleri

Değişkenler	$\bar{x}$	SS	1	2
AÖE	3.35	1.03	(,897)	
İKN	3.68	1.08	-,222**	(,935)

\*\*p<0,01; AÖE=Algılanan örgütsel engel; İKN=İşte kalma niyeti;  $\bar{x}$ =Ortalama; SS=Standart sapma

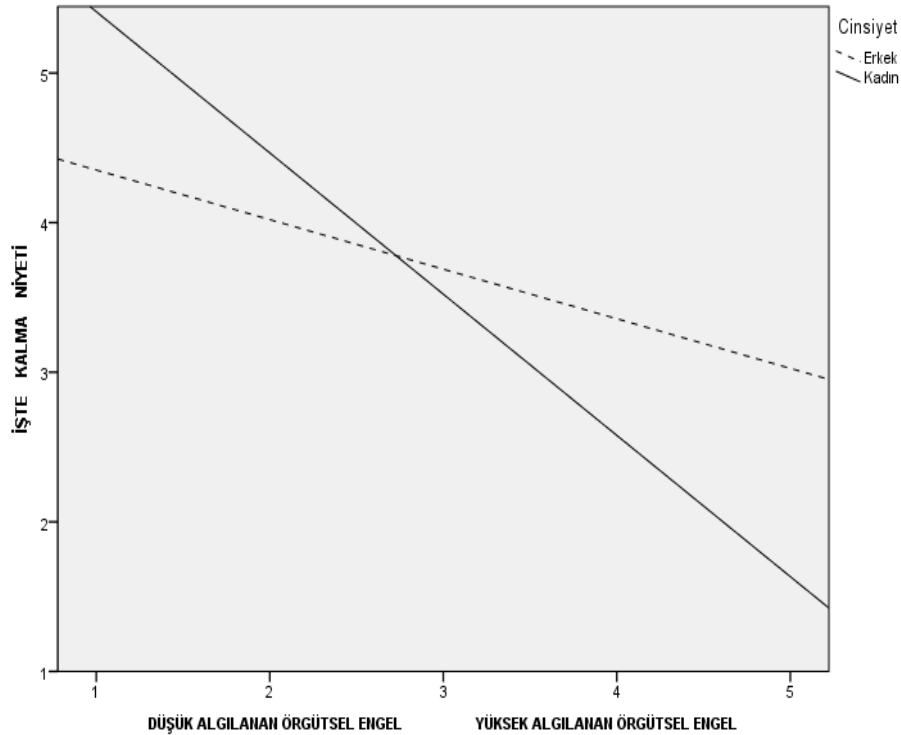
Tablodaki sonuçlar incelendiğinde algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasında pozitif yönlü ve %99 önem seviyesinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $r= -0,222$ ;  $p=0,001$ ).

**Tablo 5:** Değişkenler Arasındaki İlişkiye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
<b>İşte kalma niyeti</b>						
Algılanan örgütsel engel	-0.37	.07	-5.47	0.000	-,5085	-,2389
Cinsiyet	0.24	.28	0.87	0.384	-,3061	,7919
Algılanan örgütsel engel x cinsiyet	-0.61	.29	-2.14	0.033	-1,1764	-,0489
<b>Şartlı etki Cinsiyet = <math>M \pm 1 SD</math></b>						
-1 SD (-0.07)	- 0.33	0.07	-4.70	0.000	-,4704	-,1924
+1 SD (0.93)	-0.94	0.28	-3.41	0.000	-1,4904	-,3978

Tablodaki değerler incelendiğinde algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir ( $B= -0.37$ ;  $t= -5,47$ ;  $p=0,000$ ). Bu sonuç Hipotez 1'in desteklendiği anlamına gelmektedir. Diğer bir ifade ile elde edilen bu sonuç çalışanların bağlı oldukları kurumdaki örgütsel engel algılarının artması durumunda örgütte kalma niyetlerinin azalacağı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerindeki etkisinin katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesine yönelik yapılan analiz sonucunda elde edilen veriler Tablo 5'te özetlenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde cinsiyetin algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasındaki ilişkide moderatör etkisinin olduğu yönündeki Hiopotez 2'nin desteklendiği görülmektedir. Bu sonuca göre örgütlerde algılanan örgütsel engeller arttıkça kadınların ( $B= -0,94$ ;  $t= -3,41$ ;  $p=0,000$ ) işte kalma niyetlerinin erkeklere ( $B= -0,33$ ;  $t= -4,70$ ;  $p=0,000$ ) göre daha fazla azaldığı söylenebilir. Diğer bir ifade ile algılanan örgütsel engelin işte kalma niyeti üzerindeki olumsuz etkisi kadınlarda erkeklere göre daha güçlü olacaktır. Cinsiyete göre algılanan örgütsel engelin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi Şekil 2'de de verilmiştir.



**Şekil 2:** Cinsiyet ve Algılanan Örgütsel Engel Etkileşiminin İşte Kalma Niyeti Üzerindeki Etkisi

Şekil incelendiğinde kadınların işte kalma niyetlerinin başlangıçta erkeklerden daha yüksek olduğu fakat örgütsel engel algıları arttıkça işte kalma niyetlerinin azaldığı ve belli bir

noktadan sonra erkeklere oranla işte kalma niyetlerinin (aynı seviyede örgütsel engel seviyesinde) daha fazla azaldığı görülmüştür.

## **5. SONUÇ VE TARTIŞMA**

Bu çalışmanın algılanan örgütsel engel ölçeğinin Türkçe'ye ilk kez uyarlanması açısından literatüre önemli bir katkısının olacağı söylenebilir. Bu maksatla yerli ve yabancı literatür detaylı olarak araştırılmış ve algılanan örgütsel engel kavramı açıklanmıştır. Çalışmada ayrıca algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasındaki ilişki ve cinsiyetin bu ilişki üzerinde moderatör etkisi incelenerek sonuçları tartışılmıştır.

Araştırma sonucunda ilk olarak algılanan örgütsel engel ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği ispatlanmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek boyutlu yapısı Türkçe uyarlamasında da desteklenmiştir. Gibney vd., (2009, 2011) yaptıkları araştırmanın sadece Amerika'da yapılmasının bir kısıt olduğunu, algılanan örgütsel engel ölçeğinin daha iyi anlaşılması için farklı ülkelerde araştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Ölçeğin farklı bir kültürde (Türkiye'de) geçerlilik ve güvenilirliğinin ispatlanmış olması literatüre önemli bir katkı sağlayarak algılanan örgütsel engel kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca bu çalışma sonuçları Gibney ve arkadaşlarının (2009) sosyal değişim teorisinin daha iyi anlaşılmasına yönelik olarak yaptıkları çalışma sonuçlarını desteklemesi açısından da literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Sosyal değişim teorisi (Blau, 1964; Emerson, 1976) çalışanların örgütten elde ettiklerine göre örgüte maksimum seviyede veya asgari seviyede örgütsel çıktılara katkı yaptıklarını iddia eder. Bu çalışmada algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki çıkmış olması araştırma sonuçlarının sosyal değişim teorisini desteklediği söylenebilir. Çalışanların örgütsel engellerden ötürü, önceden belirledikleri hedeflere ulaşamamaları işte kalma niyetlerini azaltacaktır.

Araştırmada algılanan örgütsel engel ölçeğinin Türkçe uyarlaması yanında işte kalma niyeti ile olan ilişkisi ve bu ilişkide cinsiyetin moderatör etkisi araştırılmıştır. Algılanan örgütsel engel ile işte kalma niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gibney vd. (2009) yaptıkları araştırma sonucunda algılanan örgütsel engelin psikolojik sözleşme ihlali ile pozitif, örgütsel destek ile ise negatif yönlü bir ilişki içerisinde olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmada elde edilen sonuç ile Gibney vd. (2009) tarafından yapılan çalışma sonuçlarının, işte kalma niyetinin psikolojik sözleşme ihlali ile negatif (Xie vd., 2015; Cho vd., 2009), örgütsel destek ile pozitif (Islam vd., 2013; Gök vd., 2017) yönlü ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda benzer oldukları söylenebilir.

Araştırma bulgularından bir diğeri de çalışanların örgütsel engel algılarının işte kalma niyetleri üzerindeki negatif etkisinde cinsiyetin moderatör etkisinin olduğu yönündedir. Araştırma sonucunda algılanan örgütsel engelin kadın çalışanların işte kalma niyetlerini erkek çalışanlara göre daha fazla azalttığını ortaya çıkarmıştır. Diğer bir ifadeyle aynı seviyede örgütsel engel algısına sahip kadın ve erkek çalışanlarda kadınların işte kalma niyetlerinin daha düşük seviyede olduğu söylenebilir. Bu sonuç kadın çalışanların erkek çalışanlara göre işte kalma niyetlerinin daha düşük seviyede olduğu yönündeki önceki araştırma sonuçlarını desteklemektedir (Yücel, 2017; Hundera, 2014; Khalid vd., 2009; Marsden vd., 1993; Aydın vd., 2011). Bu sonucun nedenleri, kadınların hedeflerini (örneğin; kariyer hedefleri) gerçekleştirmede erkeklere göre daha fazla engelle karşılaşmaları (örneğin; cam tavan, cam uçurum sendromu gibi) ve kadınların erkeklere göre evdeki sorumluluklarının daha fazla olması (yemek yapmak, çocuk bakmak gibi) gibi faktörlerle açıklanabilir.

Çalışanlar kendilerini hedeflerinden uzaklaştıran örgütlerden uzaklaşmak isterler. Örgütler çalışanlarına olumsuz davrandığında (hedeflerinden uzaklaştırdığında), çalışanlar kendi değerleri ile bağlı oldukları kuruluşun değerlerinin farklı olduğunu düşüneceklerdir. Sonuç olarak çalışanların kendilerine zarar veren kuruluşlarla özdeşleşme seviyeleri (Gibney vd., 2009) ve örgüte olan bağlılıkları azalacak (Marsden vd., 1993; Aydın vd., 2011) bu durum çalışanın işten ayrılma ile ilgili planlar yapmasına neden olacaktır.

## **6. KISITLAMALAR**

Araştırma sonucunda hipotezler (Hipotez 1 ve 2) desteklenmiştir. Fakat bu sonuçlar birtakım kısıtlar dahilinde elde edilmiştir. Araştırma kısıtlarından bahsedilmesi ileride yapılacak çalışmaların daha sağlıklı sonuçlar elde etmesi açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın ilk kısıtlaması olarak verilerin bir firmanın çalışanlarından, aynı anketle, benzer yöntemlerle, aynı zamanda elde edilmiş olmaları diğer bir ifade ile verilerin tek kaynaktan toplanmış olmalarıdır. Podsakoff vd. (2003) verilerin tek bir kaynaktan toplanmasının Ortak Yöntem Sapmasına (Common Method Bias) neden olabileceğini ortaya koymuşlardır. Ortak yöntem sapması, değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin normalden daha fazla çıkmasına neden olabilir (Podsakoff vd., 2003). Gelecekte yapılacak çalışmalar farklı zamanlarda, farklı kaynaklardan veri toplayarak ortak yöntem sapması sorununu çözebilirler.

Gibney vd., (2009) algılanan örgütsel engel ölçeğini geliştirirken çalışanların örgütsel destek algıları ile anlamlı farklılığı araştırılarak ortaya konmuştur. Bu çalışma Gibney vd.'nin

(2009, 2011) bu farklılığın çalışanlar tarafından algılandığını ispat etmiş olmalarından ötürü algılanan örgütsel destek ölçeği modele dahil edilmeden ölçülmüştür. İleride yapılacak çalışmalarda bu çalışmadaki ölçeklere ilaveten algılanan örgütsel destek de modele dahil edilerek farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca bu çalışma sonuçları sosyal değişim teorisi (Blau, 1964) çerçevesine göre ele alınmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda sosyal değişim teorisi ile desteklenen farklı değişkenler (örneğin psikolojik sözleşme ihlali) modele dahil edilerek bu çalışma sonuçları daha fazla geliştirilebilir.

Araştırmanın son kısıtlaması olarak sadece çalışanların örgütsel engel algıları tespit edilmiş yöneticilerin veya işverenlerin konuyla ilgili fikirleri alınmamıştır. Çalışanların örgüte karşı farklı nedenlerden ötürü (örneğin; düşük maaş, yöneticiye veya çalışma arkadaşlarına öfke) kısıtlama olmamasına rağmen olduğu yönünde fikir belirtmiş olmaları muhtemeldir. İleride yapılacak çalışmalarda çalışanlarla birlikte örgütün yöneticilerinin de çalışmaya dahil edilmesi daha sağlıklı sonuçlar elde edilmesine yardımcı olabilir.

## KAYNAKÇA

- Allen, D. G., Shore, L. M. and Griffeth, R. W. (2003). "The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process", *Journal of Management*, 29(1), 99-118.
- Aydin, A., Sarier, Y. ve Uysal, S. (2011). "The Effect of Gender on Organizational Commitment of Teachers: A Meta Analytic Analysis", *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(2), 628-632.
- Bateman, T. S. and Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of management Journal*, 26(4), 587-595.
- Basak, E., Ekmekci, E., Bayram, Y. ve Bas, Y. (2013). "Analysis of Factors That Affect the Intention to Leave of White-Collar Employees in Turkey Using Structural Equation Modelling", In *Proceedings of The World Congress on Engineering and Computer Science*, 2, 1-5.
- Blau, P. (1964). *Power and Exchange in Social Life*. New York: J Wiley and Sons.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (14. Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Chaney, T. G. (1991). "Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Intent to Stay Among United States Air Force Certified Registered Nurse Anesthetists", *Air Force Inst Of Tech Wright-Patterson Afb Oh*.
- Cho, S., Cheong, K. and Kim, K. (2009). "A Psychological Contract Breach and Turnover Intention of Telemarketers in South Korea", *Journal of Business and Policy Research*, 4(1), 66-78.
- Cropanzano, R. and Mitchell, M. S. (2005). "Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review", *Journal of Management*, 31, 874-900.
- Çağlar, R. (2018). "İş Çekicilikleri, İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti İlişkisi: Herzberg Temelli Yaklaşım". (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çalışkan, O. (2010). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelinin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma". (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dávila, M. C. and García, G. J. (2012). "Organizational Identification and Commitment: Correlates of Sense of Belonging and Affective Commitment", *The Spanish Journal of Psychology*, 15(1), 244-255.
- Demir, M. (2011). "İşgörenlerin Çalışma Yaşamı Kalitesi Algılamalarının İşte Kalma Niyeti ve İşe Devamsızlık İle İlişkisi", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(3), 453-464.
- Eisenberger, R., Fasolo, P. and Davis-Lamastro, V. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation", *Journal of Applied Psychology*, 75(1), 51-59.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. and Sowa, D. (1986). "Perceived Organizational Support", *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. and Rhoades, L. (2002). Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565-573.
- Emerson, R. M. (1976). "Social Exchange Theory". *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Fong, Y. L. and Mahfar, M. (2013). Relationship between Occupational Stress and Turnover Intention among Employees in A Furniture Manufacturing Company in Selangor. *Jurnal Teknologi*, 64(1), 33-39.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Gamage, M. P. N. and Buddhika, M. (2013). "Job Satisfaction and Intention to Leave Of IT Professionals in Sri Lanka", *Asia Pacific Journal of Marketing and Management Review*, 2(9), 1-11.
- Gibney, R. A. Y., Zagenczyk, T. J., Fuller, J. B., Hester, K. I. M. and Caner, T. (2011). "Exploring Organizational Obstruction and the Expanded Model of Organizational Identification", *Journal of Applied Social Psychology*, 41(5), 1083-1109.
- Gibney, R., Zagenczyk, T. J. and Masters, M. F. (2009). "The Negative Aspects of Social Exchange: An Introduction to Perceived Organizational Obstruction", *Group and Organization Management*, 34(6) 665–697.
- Gok, Ö. A., Akgunduz, Y. ve Alkan, C. (2017). "The Effects of Job Stress and Perceived Organizational Support on Turnover Intentions of Hotel Employees", *Journal of Tourismology*, 3(2), 23-32.
- Graen, G. B. and Uhl-Bien, M. (1995). "Relationship-Based Approach to Leadership: Development of Leader-Member Exchange (LMX) Theory of Leadership Over 25 Years: Applying A Multi-Level Multi-Domain Perspective". *The Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.
- Güngör, D. (2016). "Psikolojide Ölçme Araçlarının Geliştirilmesi ve Uyarlanması Kılavuzu", *Türk Psikoloji Yazıları*, 19, 104-112.
- Hayes, A. F. (2013). "Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach", The Guilford Press, New York.
- <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm> (Erişim Tarihi: 15.11.2018).
- Hundera, M. B. (2014). "Factors Affecting Academic Staff Turnover Intentions and The Moderating Effect of Gender", *International Journal of Research in Business Management*, 2(9), 2321-886.
- Hup Chan, S. (2006). "Organizational Identification and Commitment of Members of a Human Development Organization", *Journal Of Management Development*, 25(3), 249-268.
- Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size. Program Evaluation and Organizational Development*, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida.
- Islam, T., Ahmad, U. N. B. U., Ali, G., Ahmed, I. and Bowra, Z. A. (2013). "Turnover Intentions: The Influence of Perceived Organizational Support and Organizational Commitment", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 103, 1238-1242.
- Jenkins, J. M. (1993). "Self-Monitoring and Turnover: The Impact of Personality on Intent to Leave", *Journal of Organizational Behavior*, 14(1), 83-91.
- Kalidass, A. and Bahron, A. (2015). "The Relationship between Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, Organizational Commitment and Employee Turnover Intention", *International Journal of Business Administration*, 6(5), 82-89.
- Kerse, G. (2017). "İş Becerikliliği (Job Crafting) Ölçeğini Türkçe'ye Uyarlama ve Duygusal Tükenme ile İlişisini Belirleme", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 283-304.
- Kerse, G. ve Babadağ, M. (2018). "I'm Out If Nepotism is in: The Relationship between Nepotism, Job Standardization and Turnover Intention", *Ege Academic Review*, 18(4), 631-644.
- Khalid, S. A., Jusoff, H. K., Ali, H., Ismail, M., Kassim, K. M., and Rahman, N. A. (2009). "Gender as a Moderator of the Relationship between OCB and Turnover Intention", *Asian Social Science*, 5(6), 108-117.
- Kitapçı, H., Kaynak, R. ve Okten, S. (2013). *Güçlendirmenin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Kamu ve Özel Sektörde Mukayeseli Bir Araştırma (The Effect of Empowerment on Job Satisfaction and Turnover Intention: A Comparative Study of Public and Private Sector)*. *International Review of Economics and Management*, 1(1), 49-73.



- Koçak, D. ve Yücel, İ. (2018). “Algılanan Örgütsel Destek ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Duygusal Bağlılığın Aracı Etkisinin İncelenmesi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3), 683-704.
- Konovsky, M. A., and Pugh, S. D. (1994). “Citizenship Behavior and Social Exchange”, *Academy of Management Journal*, 37(3), 656-669.
- Kudo, Y., Satoh, T., Hosoi, K., Miki, T., Watanabe, M., Kido, S., and Aizawa, Y. (2006). “Association between Intention to Stay On the Job and Job Satisfaction among Japanese Nurses in Small and Medium-Sized Private Hospitals”. *Journal of Occupational Health*, 48(6), 504-513.
- Kumar, D. and Govindarajo, N. S. (2014). “Instrument Development “Intention To Stay Instrument”(ISI)”, *Asian Social Science*, 10(12), 149-160.
- Mackey, J. D., Mcallister, C. P., Brees, J. R., Huang, L. and Carson, J. E. (2018). “Perceived Organizational Obstruction: A Mediator That Addresses Source–Target Misalignment between Abusive Supervision and OCBs”. *Journal of Organizational Behavior*, 39, 1283–1295.
- Marsden, P. V., Kalleberg, A. L., and Cook, C. R. (1993). “Gender Differences in Organizational Commitment: Influences of Work Positions and Family Roles”. *Work and Occupations*, 20(3), 368-390.
- Masum, A. K. M., Azad, M. A. K., Hoque, K. E., Beh, L. S., Wanke, P. and Arslan, Ö. (2016). “Job Satisfaction and Intention to Quit: an Empirical Analysis of Nurses in Turkey”, *Peerj*, 1-23.
- Mustapha, N., Ahmad, A., Uli, J. and Iis, K. (2010). “Job Characteristics as Antecedents of Intention to Stay and Mediating Effects of Work Family Facilitation and Family Satisfaction among Single Mothers in Malaysia”, *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), 59-74.
- Nannarow, S., Bradbury, J., Pit, S. W. and Ariss, S. (2014). “Intention to Stay and Intention to Leave: Are They Two Sides of the Same Coin? A Cross-Sectional Structural Equation Modelling Study among Health and Social Care Workers”. *Journal of Occupational Health*, 56: 292–300.
- Ongori, H. (2007). “A Review of The Literature on Employee Turnover”, *African Journal of Business Management*, 49-54.
- Phuong, N.N.D. and Trang, L.T.H. (2017). “Factors Affecting Employee’s Intention to Stay through Organizational Commitment: Evidence from Big-Four Auditing Firms in Vietnam”, *Proceedings of the Annual Vietnam Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Management Sciences*, 1-12.
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Lee, J. Y. and Podsakoff, N. P. (2003). “Common Method Biases in Behavioral Research: a Critical Review of The Literature and Recommended Remedies”, *Journal Of Applied Psychology*, 88, 879-903.
- Radford, K. (2013). “Two Sides of the Same Coin? An Investigation Into Factors Influencing Employees’ Intention to Stay and Leave”. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Brisbane: Griffith University.
- Ramoo, V., Abdullah, K. L. and Piaw, C. Y. (2013). “The Relationship between Job Satisfaction and Intention to Leave Current Employment among Registered Nurses in a Teaching Hospital”, *Journal of Clinical Nursing*, 22(21-22), 3141-3152.
- Rhoades, L. and Eisenberger, R. (2002). “Perceived Organizational Support: a Review of the Literature”, *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). “Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-Of-Fit Measures”, *Methods of Psychological Research Online*, 8, 23-74.
- Tavakol M. and Dennick R (2011). “Making Sense of Cronbach’s Alpha”, *International Journal of Medical Education*, 2: 53-55.

- Thibaut, J. W. and H. H. Kelley (1959). *The Social Psychology of Groups*.
- Tumwesigye, G. (2010). "The Relationship between Perceived Organisational Support and Turnover Intentions in A Developing Country: The Mediating Role Of Organisational Commitment". *African Journal of Business Management*, 4(6), 942-452.
- Van Der Heijden, B., Van Dam, K. and Hasselhorn, H. M. (2009). "Intention to Leave Nursing: The Importance of Interpersonal Work Context, Work-Home Interference, and Job Satisfaction beyond the Effect of Occupational Commitment", *Career Development International*, 14(7), 616-635.
- Van Knippenberg, D. and Sleebos, E. (2006). Organizational Identification Versus Organizational Commitment: Self-Definition, Social Exchange, And Job Attitudes. *Journal Of Organizational Behavior: The International Journal Of Industrial, Occupational And Organizational Psychology And Behavior*, 27(5), 571-584.
- Vigoda-Gadot, E. (2007). "Redrawing The Boundaries of OCB? An Empirical Examination of Compulsory Extra-Role Behavior in the Workplace", *Journal of Business And Psychology*, 21(3), 377-405.
- Vroom V H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.
- Xie, X.Q., Liu, H.M. and Deng, H. (2015). "Psychological Contract Breach and Turnover Intention: The Intermediary Role of Job Satisfaction", *Open Journal Of Business And Management*, 3, 371-379
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Youcef, S., Ahmed, S. S., and Ahmed, B. (2016). "The Impact of Job Satisfaction on Turnover Intention by the Existence of Organizational Commitment, and Intent to Stay as Intermediates Variables Using Approach PLS in Sample Worker Department of Transport Saida". *Management*, 6(6), 198-202.
- Yücel, İ. (2017). "The Moderating Effect of Gender on the Relationship between Workplace Mobbing and Intent to Quit Work—"Which One is More Difficult: To be a Man or a Woman?", *International Journal of Development and Sustainability*, 6(11), 1610-1620.

**Citation:** Çoban, S. & Demirhan, M. (2019), Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneysel Değer ve Davranışsal Etkileri: Nevşehir İli Örneği, BMIJ, (2019), 7(1): 78-101 <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1045>

## MOBİL BANKACILIKTA ALGILANAN DENEYİMSEL DEĞER VE DAVRANIŞSAL ETKİLERİ: NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Suzan ÇOBAN<sup>2</sup>

Mustafa DEMİRHAN<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi):30/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi):28/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmanın amacı, mobil bankacılıkta tüketicilerin algıladıkları deneysel değer boyutlarını tespit etmek ve bu deneysel değer boyutlarının mobil bankacılığa yönelik tatmin ve bağlılık üzerinde etkisini belirlemektir. Bu amaçlarla geliştirilen anket formu, Nevşehir ilinde 390 mobil bankacılığı kullanan tüketicilere uygulanmıştır. Elde edilen veriler, açımlayıcı faktör analizi, doğrusal ve kademeli regresyon analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizine göre, algılanan deneysel değer boyutları sırasıyla, fonksiyonel, duygusal, kişisel, güvence, düşünsel, sosyal ve duysal değer olarak saptanmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, deneysel değer boyutları tatmin ve bağlılığı etkilemektedir. Bu etkileşimde algılanan fonksiyonel, kişisel ve düşünsel (ekonomik) değer tatminin en önemli açıklayıcıları iken fonksiyonel ve kişisel değer bağlılığın açıklayıcıları olarak belirlenmiştir. Bankacılık sektörünün finansal işlemler ile ilgili olması ve algılanan risk nedenleri ile bu sonuçlar beklenen bir durumu yansıtmaktadır. Sonuç olarak mobil bankacılık sisteminde müşterileri, öncelikle fonksiyonel kişisel ve düşünsel (ekonomik) yönden tatmin etmek gerekmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Mobil Bankacılık; Deneysel Pazarlama; Deneysel Modülleri

**JEL Kodları:** M30, M31

## THE PERCEIVED EXPERIENTIAL VALUE AND BEHAVIORAL EFFECTS ON MOBILE BANKING: THE CASE OF NEVSEHIR

### ABSTRACT

*The aim of this study is to determine the perceived experiential value dimensions in mobile banking and to determine the effect of these experiential value dimensions on satisfaction and loyalty of consumers. The questionnaire developed for these purposes was applied to 390 consumers using mobile banking in Nevşehir province of Turkey. The data obtained were subjected to exploratory factor analysis, linear and stepwise regression analysis. According to the factor analysis, perceived experiential value dimensions in mobile banking are respectively functional, emotional, personal, assurance, cognitive, social and sensory values. According to the results of regression analysis, experiential value dimensions have effects on satisfaction and loyalty of mobile banking users. In this interaction, the perceived functional, personal and cognitive (economic) values are important predictors of satisfaction in mobile banking while perceived functional and personal values are important predictors of loyalty in mobile banking. These results, confirm our expectations because of the perceived risks in mobile banking and its relation with financial transactions. As a result, it is necessary to satisfy the customers in mobile banking in functional, personal and cognitive (economic) aspects.*

**Keywords:** Mobile Banking; Experiential Marketing; Experience Modules

**JEL Codes:** M30, M3

<sup>1</sup> Bu çalışma Dr. Mustafa Demirhan'ın "Deneysel Pazarlama Perspektifinden Mobil Bankacılıkta Algılanan Değer ve Davranışsal Sonuçları: Nevşehir İli Örneği" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Doç. Dr., Nevşehir HBV Üniversitesi, İşletme Bölümü, [suzan@nevsehir.edu.tr](mailto:suzan@nevsehir.edu.tr)

<sup>3</sup> Dr., Nevşehir HBV Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, [mmdemirhan51@gmail.com](mailto:mmdemirhan51@gmail.com).

<https://orcid.org/0000-0002-0723-5895>

<https://orcid.org/0000-0003-3650-8159>

## 1. GİRİŞ

Bankalar müşterilerini ATM, internet bankacılığı ve şimdilerde mobil bankacılık gibi teknoloji destekli self-servis dağıtım kanallarına kaydırma düşüncesindedir. Günümüzde müşterilerin zamanı kısıtlıdır, istenilen zamanda istenilen yerde mobil bankacılık hizmetlerine erişim kolaylığı sağlayan kanalların arayışı içerisindedirler ve mobil bankacılık bu ihtiyaca çok uygun bir üründür. Mobil telefonların dünyası ve mobil işlem yapma olanağı insanların paralarını yönetme ve transfer etme biçimlerini dönüşüme uğratmaktadır (Thakur, 2014:628).

Dijital bankacılıkta müşteriden işlem ücreti, faiz, masraf, komisyon vb. alınmadığı ya da uygun fiyatlarda yapıldığı için maliyet ve fiyat özelliği öne çıkmaktadır. Özellikle işlemlerin ücretlendirilmesi eğiliminin bankacılık sektöründe hâkim olmaya başlaması ile birlikte finansal maliyetlerini sıkı takip eden müşteriler, internet ve mobil bankacılığa yönelmektedir. Ayrıca gelişen mobil teknolojiler ve artan cep telefonu kullanımı mobil bankacılığın olumsuz ekonomik konjonktür ortamlarında bile büyümesini sağlamaktadır (Kartal, 2017:36).

Günümüz rekabetçi iş dünyasında, ürünler arasında fonksiyonel özellik, fiyat ve kalite farklılıklarının giderek azalması sonucunda, işletmelerin ürün veya hizmet üzerine odaklanmak yerine, tüketiciye deneyim yaşatmaya yönelik stratejilere ağırlık vermeye başladıkları görülmektedir. Müşteri ihtiyaç ve eğilimleri doğrultusunda müşteri deneyimini zenginleştirmeyi hedefleyen bankalar, akıllı telefonların ve internet erişiminin yaygınlaşması ve mobil bankacılık uygulamaları sayesinde tüketicilerin her yerde ve her zaman bankalar ile ilişki kurmasını sağlayarak paha biçilemez fayda ve eşsiz bir tüketim deneyimi sunmaktadır. Bankaların sanal mağazası işlevi gören mobil bankacılık, kullanıcı dostu ve basit işlem adımlarıyla, hızlı, kolay, geniş işlem setiyle her kesimden tüketicinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak potansiyele sahiptir. Bununla birlikte, mobil pazarlamanın alt bileşeni olarak nitelendirilen internet ve mobil teknolojilerin psikolojik ve finansal risk algısının azaltılması mobil bankacılığın daha sık kullanılmasını sağlayacaktır (Chen, 2013:430). Mobil bankacılık uygulamalarının yaygınlaşabilmesi için tüketicilerin elde edeceği faydalar (zenginleştirilen kullanım deneyimleri gibi) ve maruz kalacağı maliyet unsurlarının (risk vb.) davranışsal sonuçlarının anlaşılması gereği bu çalışmanın önemini artırmaktadır. Tüm hizmet sektörleri gibi bankacılıkta da olumlu müşteri deneyim değerinin sağlanması ve müşteri deneyiminin sürekli geliştirilmesi müşteri tatmin ve bağlılığı ile uzun dönemli müşteri sahipliği açısından önem arz etmektedir.

Mobil bankacılık alanındaki literatür incelendiğinde elektronik bankacılık, internet bankacılığı ve mobil bankacılıkla ilgili çalışmaların önemli bir bölümü söz konusu dağıtım kanallarının benimsenmesi, davranışsal niyet, hizmet kalitesi, riskleri, algılanan değer ve yararları konularında yoğunlaştığı görülmektedir (Laukkanen ve Lauronen, 2005; Laukkanen, 2007; Lee, 2009; Koenig-Lewis ve diğ., 2010; Shen ve diğ., 2010; Jalal ve diğ., 2011; Dasgupta ve diğ., 2011; Al-Jabri ve Sohail, 2012; Akturan ve Tezcan, 2012; Chen, 2013; Shaikh ve Karjaluoto, 2014; Driga ve Isac, 2014; Mohammadi, 2015; İşler, 2015; Seyrek ve Akşahin, 2016; Yuan ve diğ., 2016; Jun ve Palacios, 2016; Ntseme ve diğ., 2016; Kurt ve Turan, 2017; Mutahar ve diğ., 2018; Söylemez 2018). Bununla birlikte, mobil bankacılıkta elde edilen deneysel değerlerin belirlenmesine yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Zarifopoulos ve Economides (2009), dünya çapında 30 büyük bankanın mobil bankacılık uygulamasını deneysel perspektiften incelemiş ve etkili bir mobil bankacılık hizmet tasarımı oluşturmanın önemini vurgulamıştır. Thakur (2014), mobil bankacılık uygulamalarının müşteri tatminini ve bağlılığına etkisini ele almıştır. Xiong (2013), mobil bankacılıkta algılanan değerleri Schmitt'ten farklı olarak dört boyutta (evrensel yararlar boyutu, katma değerli hizmetler boyutu, sosyal değer boyutu, algılanan eğlence boyutu) sınıflandırmıştır. Wu ve Tseng (2015), deneysel pazarlama uygulamaları ile müşteri bağlılığı ve müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Barnes ve Richard (2014) dijital sosyal medya uygulamalarının banka müşterilerinin bankaya bağlılığı üzerinde etkisini incelemiştir.

Ülkemizde ise mobil bankacılık deneysel değer boyutlarının tespitine yönelik çalışmaya rastlanmamıştır. Öztürkcan ve Kervenoael (2008), Türkiye'deki e-bankacılık uygulamalarında benimsenen e-atmosferik yaklaşımları stratejik deneysel modüller teorisi kapsamında incelemiş ve Schmitt'in stratejik deneysel modülleri bazında sanal bankacılığın içeriklerini ortaya koymuştur. Kara ve Hacıhasanoğlu'nun çalışmasında (2015) Yozgat ilinde yaşayan tüketicilerin, bankaların mobil pazarlama ve mobil reklam çalışmalarına yönelik bakış açıları araştırılmıştır. Seyrek ve Akşahin (2016), müşterilerin Türkiye'de faaliyet gösteren çeşitli bankaların mobil bankacılık uygulamalarından memnuniyet düzeylerini ve farklı mobil bankacılık kalite faktörlerinin müşterilerce ne oranda önemsendiği araştırmıştır.

Bu çalışmada ise, mobil bankacılık alanında deneysel değer boyutlarını saptamak ve deneysel değer boyutları ile tatmin ve bağlılık ilişkisini açıklamak amaçlanmaktadır. Çalışma sonucunda, hangi deneysel değer boyutlarının tüketici tatmini ve bağlılığını ne derece etkilediği saptanarak, deneysel mobil bankacılık uygulamaları için işletmelere önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Dijitalleşen Ekonomi ve Mobil Bankacılık

Torlak'a göre (2018), mobil iletişim teknolojilerindeki nefes kesici ilerlemeler, "platform ekonomileri"nin gelişmesine önemli katkıda bulunmaktadır. Platform ekonomileri, farklı ürün ve hizmet piyasalarındaki üreticiler ile bu ürün ve hizmetleri talep eden tüketicileri internet sitesi ve mobil uygulamalar gibi sanal platformlarda bir araya getiren ekonomik yapılardır. Ekonominin temel yapı taşlarından biri olan bu dijital dönüşüme uyum sağlayan bankalar dijital bankacılığa hızlı bir geçiş süreci yaşamıştır. Dijital bankacılık; telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve mobil bankacılığı da kapsayan bir jenerik terimdir (Sharma, 2011:72). Elektronik bankacılık, her zaman, her yerde ve her şekilde bankacılık işlemlerini gerçekleştirmeye imkan sağlayan "sınırsız bankacılık" olarak açıklanır (Vyas, 2015:3). Sharma'ya göre (2011:71), internet bankacılığı ve mobil bankacılık "brick and mortar" olarak adlandırılan fiziki mağazaların yerine, "click and order" olarak adlandırılan sanal mağazalara geçiş sürecinin bankacılık sektöründeki karşılığıdır.

Akturan ve Tezcan'a göre (2012:445) mobil bankacılık, müşteri ile bankanın taşınabilir bir cihaz aracılığıyla bağlantı kurduğu yenilikçi bir iletişim kanalıdır. Mobil bankacılık, banka müşterilerinin farklı finansal işlemlerini mobil bir cihaz ile WAP (Wireless Application Protokol) teknolojisi yardımıyla gerçekleştirmelerini sağlayan bir sistemdir (Driga ve Isac, 2014:53). Mobil bankacılığın farklı uygulamalar vardır ve bu uygulamalar teknolojideki gelişmelere bağlı olarak gelişim göstermektedir. SMS bankacılığı, en basit mobil bankacılık uygulamasıdır. WAP bankacılığında ise, bankanın web sitesine mobil cihazın tarayıcısı üzerinden ulaşılmaktadır. Mobil bankacılıktaki en güncel hizmet türü, mobil bir uygulamanın akıllı telefonlara ve benzer cihazlara indirilerek kurulması ve bu uygulama ile çeşitli bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesidir (Seyrek ve Akşahin, 2016:49).

Günümüzde Bankaları rakiplerinden farklılaştıracak en önemli pazarlama trendlerinden bir tanesi mobil bankacılık uygulamalarıdır. Bu nedenle Thakur'a göre (2014:628) bankalar müşterilerini ATM, internet bankacılığı ve şimdilerde mobil bankacılık gibi teknoloji destekli self-servis dağıtım kanallarına kaydırma düşüncesindedir. Günümüzde müşterilerin zamanı kısıtlıdır, istenilen zamanda istenilen yerde mobil bankacılık hizmetlerine erişim kolaylığı sağlayan kanalların arayışı içerisinde oldukları ve mobil bankacılık bu ihtiyaca çok uygun bir uygulamadır.

Başlıca hizmet alanlarından birisi olan Bankacılıkta müşteri tatmini, müşteri bağlılığı, uzun süreli müşteri sahipliği ve kârlılık elde edebilmek için olumlu müşteri deneyimi sağlanması yaşamsal öneme sahiptir. Bu amaç doğrultusunda, müşterilerinin yaşamlarına değer katan, yaşam tarzı ve tüketim evrelerine uygun çözümlerle onların her daim bir tuş uzağında bulunan mobil bankacılık uygulamaları, her geçen gün deneyimin iyileştirilmesi ve zenginleştirilmesine odaklanmaktadır. Dolayısıyla mobil bankacılık hizmetlerinin gelişimi, müşteriler için yeni ve katma değerli hizmet sunumu yaratmaya zemin hazırlanmıştır (Laukkanen ve Lauronen, 2005:326). Bu doğrultuda mobil bankacılık uygulamasında öncelikle sektör yapısından kaynaklı olarak fonksiyonel değer sunmak ve daha sonra bu deneyimi duygusal boyuta taşımak gerekmektedir. Nitekim mobil ortamlar sürekli gelişmekte ve bu ortamlar, düşüncelere, duygulara, duyulara, sosyal ilişkilere ve sonuçta davranışlara hitap eden stratejileri etkin uygulama fırsatı sunmaktadır.

## **2.2. Deneyim Ekonomisi ve Deneyimsel Pazarlama**

İlk kez Pine ve Gilmore (1998:97-105) tarafından öne sürülen “Deneyim Ekonomisi” kavramına göre deneyim, metallerden, ürünlerden ve hizmetlerden farklı olarak işletmeler tarafından tüketiciye yöneltilen dördüncü ekonomik sunulardır. Hizmetler de mallar gibi metalaşmaya başladığından dolayıdır ki, deneyimler ekonomik değer gelişiminin bir sonraki adımı haline gelmiştir.

Pazarlama alanında deneyimi kavramsallaştıran ilk akademik çalışmalardan birisi Holbrook ve Hirschman’ın “Tüketimin Deneyimsel Yönü: Tüketici Fantazileri, Duyguları ve Eğlence” adlı eseridir. Tüketici araştırmaları alanında bilgi işlem merkezli bakış açısının hakimiyetine karşı çıkarak bilgi işlem merkezli yaklaşımın fantaziler, duygular ve eğlenceyi (eğlenceli boş zaman aktivitelerini, duysal zevkleri, estetik keyifleri ve duygusal tepkiler dahil) kapsayan tüketim olgusunu ihmal ettiğini ifade etmişlerdir (Holbrook ve Hirschman, 1982:132). Çeşitli yazarlarca, post-modern dönemde tüketim olgusuna yüklenen anlamların değiştiği, bireylerin ürünlerin kendisi yerine anlamlarını tükettiği (Laukkanen ve Lauronen, 2005:328-329), hazcı tüketim, plansız tüketim, gösterişçi tüketim, sembolik tüketim gibi çeşitli tüketim tarzlarının önem kazandığı (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012:34) ifade edilmektedir.

Günümüzde artık ekonominin temelleri, tüketimi bir deneyim süreci olarak kabul eden yaklaşımla, ürünlerden deneyimlere doğru kaymaktadır. Pazarlama da bu değişimden payını almaktadır. “Deneyimsel Pazarlama”, işletmelerin tüketicilere sunduğu deneyimlerin yaratılmasında ve tüketiciye ulaştırılmasına öncülük etmektedir. Artık tüketiciler duygusal

varlıklar olarak görülmekte, pazarlama iletişimi ve uygulamaları tüketimi keyifli bir hale getirmek ve benzersiz deneyimler sunmak amacıyla deneysel pazarlama bakış açısıyla şekillendirilmektedir (Bahçecioglu, 2014:55). Deneysel pazarlama, pazarları ve iş dünyasını kökten değişikliğe uğratmaktadır. Rekabet ortamında ayakta kalmanın, fiyat savaşlarından etkilenmemenin, sadık müşterilerin faydalarından yararlanmanın ve ağızdan ağıza iletişimi geliştirmenin yolu deneysel pazarlamayı benimsemekten geçmektedir (Smilansky, 2009:252).

Deneysel pazarlama kavramını ilk ortaya koyan marka pazarlama guruşu Profesör Bernd Schmit'tir. Deneysel pazarlamanın nihai amacının tüketicilere bütünsel deneyim yaratmak olduğunu vurgulamış, deneysel pazarlamayı tüketicilerin etkinlikleri gözlemleyerek ve katılım sağlamak yoluyla bir ürünün değerini artırarak satın almaya yönelten tutundurma tekniğı veya süreci olarak tanımlamıştır (Schmit, 1999). Deneysel pazarlama tüketiciler için eşsiz bir deneyim sağlayarak onların duyularına hitap etmek, hissettirmek, harekete geçirmek ve ilişkilendirmektir. Deneysel pazarlamanın odak noktası müşteridir (Wu ve Tseng, 2015:105). Deneysel pazarlama, müşteriler ile karşılıklı ilişki kurmak suretiyle marka kişiliğine hayat vererek ve hedef kitleye değer yaratarak müşteri istek ihtiyaçlarını belirlemek ve kârlı bir şekilde tüketiciyi tatmin etmektir (Smilansky, 2009:5). Yaklaşımın temelini müşterilerin işletmeler ile iletişim noktalarında satın alma öncesi, satın alma anında ve satın alması sonrası ürün, hizmet, olay ve bir dizi çoklu duyuşal etkileşimli deneyimler yaşaması oluşturmaktadır (Jain ve diğ., 2017:645).

Deneyim değeri; müşterinin istek ve ihtiyaçlarını giderme amacına yönelik tüketim sürecinde ürün özellikleri ve hizmet performanslarının kişisel algılar çerçevesinde değerlendirilmesidir. Değer; ürün ve hizmet ile aktif veya reaktif etkileşimin sonucunda elde edilmektedir. Değerin aktif kaynakları, bireyin bir nesne ya da deneyim ile ilişkiye geçmesi sonucu oluşmaktadır, böylece tüketici fiziksel ve zihinsel katkı ile değer yaratımı sürecinin bir parçası (co-producer of value) haline gelmektedir. Reaktif değer bir nesne veya bir olayın özneyi (tüketiciyi) etkilemesi sonucu oluşmaktadır. Burada özne (birey) pasif ve etkilenen durumdadır. Değerin aktif kaynakları; etkinlik, ekonomik değer edinilmesi iken değer reaktif kaynakları görsel çekicilik, eğlence, servis mükemmeliyet vb. Belli bir istek ve ihtiyacı gidermek için alışverişe çıkan tüketiciler, zaman, çaba ve fayda yönünden değer elde ederken, deneysel alışveriş yapan tüketiciler keyif değeri elde etmektedir (Mathwick ve diğ., 2002:51-60).



Schmitt'in deneysel pazarlama yaklaşımına göre bir tüketim deneyiminde beş farklı tür deneyim değeri elde edilmektedir. Schmitt'in öne sürdüğü deneysel modüller; duysal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimdir (Schmitt, 1999:61):

- **Duysal Deneyim:** Duysal deneyim; görme, duyma, dokunma, tatma ve koklama duyuları aracılığıyla duysal deneyimler yaratmaya hitap etmektedir. Duysal pazarlama, müşterileri motive etme amacıyla ürünlere heyecan ve estetik katarak işletmelere farklılaşma imkanı sağlayabilir. Duysal deneyimin temel ilkesi bilişsel tutarlılık ve duysal çeşitliliktir.

- **Duygusal Deneyim:** Duygusal pazarlama, markaya yönelik olumlu duygular beslemekten başlayarak, coşku ve gurura uzanan yelpazede hoş deneyimler yaşatarak müşterilerin içsel his ve duygularını cezbetme amacına yöneliktir

- **Düşünsel Deneyim:** Düşünsel deneyim, müşterilerin yaratıcı sorun çözme deneyimi elde etmesi amacına dönük zihinsel faaliyetlerdir.

- **Davranışsal Deneyim:** Davranışsal deneyim, alternatif iş yapma yolları göstermekte, farklı yaşam tarzı sunmakta ve böylece müşterilerin yaşamını zenginleştiren deneyimler ortaya koymaktadır. Nike'nin "Sadece Yap" davranışsal deneyim alanında iyi bilinen bir örnektir.

- **İlişkisel Deneyim:** İlişkisel deneyim, duysal, duygusal, düşünsel ve davranışsal deneyimi kapsamaktadır. Bununla birlikte bireyin kişisel, özel duygularının ötesine geçiş yapması ve farklı bir durumla ilişki tesis etmesi demektir. Bireyi bir alt kültüre, bir ülkeye, yani daha geniş bir sosyal sisteme entegre eder. İlişkisel deneyimi sağlamak adına finans sektörü de Facebook, Twitter, Instagram ve diğer sosyal mecralarda erişilebilir olmak ve müşterileriyle her an iletişim kurabilmek için teknolojinin nimetlerinden yararlanmaktadırlar.

Gentile ve diğerleri (2007:398) ise, Schmitt'in Stratejik Deneyim Boyutlarından farklı olarak müşteri deneyimini 6 boyutta incelemiştir. Bu boyutlar:

- **Duysal Bileşen:** Görme, duyma, dokunma, tatma ve koklama duyuları ile en iyi şekilde duysal deneyim sağlamayı amaçlayan, estetik zevk, heyecan, memnuniyet ve güzellik duygularını harekete geçiren müşteri deneyimi bileşenidir.

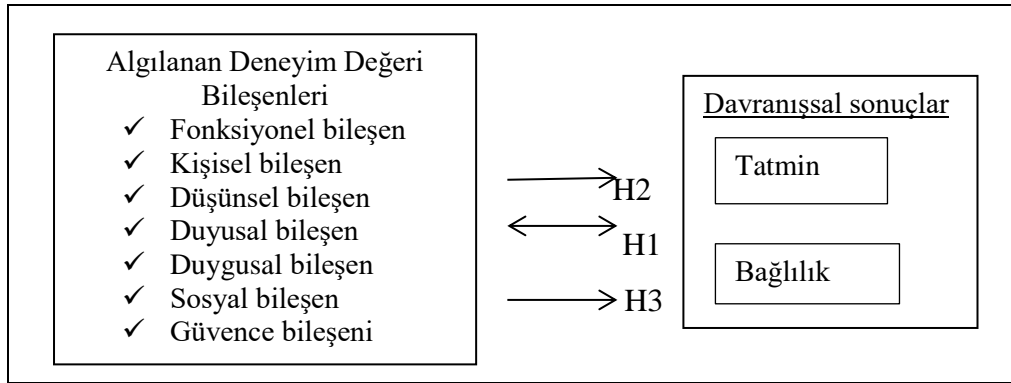
- **Duygusal Bileşen:** şirket, marka ve ürün arasında etkili bir duygusal deneyim yaratmak için, ruh halinin, hislerin ve duyguların ortaya çıkarılmasını sağlayacak stratejilerin yaratılmasını içeren deneyim bileşenidir.

- **Bilişsel Bileşen:** Müşterilerin yaratıcılığını ve problem çözme durumlarını kullanarak müşteriyi bağlayacak düşünsel ve ya bilinçli süreçlerle müşteri deneyiminin gerçekleşmesini sağlayan bileşendir.

- Pragmatik (Davranış Pratiği) Bileşen: Ürünün kullanım durumu değil fakat pratikliği üzerinde durulan, özellikle tasarım deneyimi sağlayan bileşendir.
- Yaşam Tarzı Bileşeni: Tüketicilerin yaşam tarzına ve davranışlarına uyan değerler ve inançlar doğrultusunda oluşan deneyim bileşenidir. Bu deneyimde şirketin, markanın ve müşterinin ortak değerlerde birbirlerine bağlanması amaçlanmaktadır.
- İlişkisel Bileşen: Kişiyi, onun sosyal çevresini, diğer insanlarla olan ilişkilerini ve ideal kişiliğini içeren deneyim bileşenidir. Marka imajıyla birlikte bir topluluğa, sosyal bir çevreye ait olma, insanlarla ilişkileri geliştirme gibi sosyal bir deneyim yaşatmak istenmektedir. Bu bileşen aynı zamanda yaşam tarzı bileşenini de kapsamaktadır.

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI, HİPOTEZLER VE ARAŞTIRMA MODELİ

Bu çalışmanın amaçları, mobil bankacılıkta algılanan deneyim değeri bileşenlerini belirlemek, algılanan deneyim değeri bileşenlerinin mobil bankacılık sistemine yönelik tüketici tatmini ve bağlılığına etkisini saptamaktır. Ayrıca elde edilen bulgular doğrultusunda işletmelere önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda araştırma modeli Şekil 1' de gösterilmektedir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Model kapsamında test edilecek ana ve alt hipotezler aşağıda sunulmaktadır:

- $H_1$  = Mobil bankacılıkta deneyimsel değer faktörleri, tatmin ve bağlılık arasında anlamlı ilişki vardır.

- $H_2$  = Mobil bankacılıkta algılanan deneyim değeri bileşenlerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.

$H_{2.1}$  = Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.

$H_{2.2}$  = Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.

$H_{2.3}$  = Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.

*H<sub>2,4</sub>= Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>2,5</sub>= Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>2,6</sub>= Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>2,7</sub>= Mobil bankacılıkta güvence değerinin tatmin üzerinde pozitif etkisi vardır.*

• *H<sub>3</sub>= Mobil bankacılıkta algılanan deneyim değeri bileşenlerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,1</sub>= Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,2</sub>= Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,3</sub>= Mobil bankacılıkta ekonomik (düşünsel) deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,4</sub>= Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,5</sub>= Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,6</sub>= Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

*H<sub>3,7</sub>= Mobil bankacılıkta güvence değerinin bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.*

#### **4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

##### **4.1. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket, beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcının mobil bankacılık kullanımı ile ilgili sorular, ikinci bölümde mobil bankacılıkta deneyimsel değer boyutları, üçüncü bölümde mobil bankacılığa yönelik tatmin, dördüncü bölümde mobil bankacılığa yönelik bağlılık düzeyini içeren ifadeler yer almaktadır. Beşinci bölümde ise, katılımcıların demografik özelliklerini içeren çoktan seçmeli ve iki seçenekli sorular yer almaktadır. Deneyimsel değer boyutları, tatmin ve bağlılık ifadeleri beşli Likert ölçeği şeklinde belirtilmiştir. Buna göre seçenekler “1: Kesinlikle Katılmıyorum”, “2: Katılmıyorum”, “3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4: Katılıyorum” ve “5: Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde ölçeklendirilmiştir. Ankette yer alan ifadelerin hazırlanmasında farklı yazarların çalışmalarından yararlanılmış ve bu çalışmalarda yer alan ifadeler bankacılığa uyarlanmıştır (Zeithaml ve diğ., 2000; Mathwick ve diğ., 2001; Arnold ve diğ., 2003; Parasuraman ve diğ., 2005; Thakur, 2014; Jun ve Palacios, 2016). Söz konusu çalışmalar elektronik hizmet kalitesi, motivasyon, deneyimsel değer, hedonik tüketim ve

davranışsal etkiler ile ilgilidir. Bu çalışmalarda kullanılan ifadeler, araştırma konusuna uyarlanmıştır. Ayrıca sektör deneyimi nedeniyle bazı ifadeler, yazar tarafından geliştirilmiştir.

Hazırlanan anket ön çalışma ile 20 kişilik bir gruba uygulanmış, uygulama esnasında katılımcıların soru, görüş ve önerileri dikkate alınarak anket formunda bazı değişiklikler yapılmış ve anket formu uygulanabilir hale getirilmiştir. Analize başlamadan önce anketin güvenilirliğini ölçmek üzere Cronbach's Alfa testi uygulanmıştır. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,7 olması arzu edilir (Altunışık ve diğ., 2005:116). Likert ölçekli sorular için uygulanan Cronbach's Alpha test sonucu, 0,927 olarak bulunmuş ve anket formunun güvenilir olduğu görülmüştür.

#### **4.2. Örneklem Yöntemi**

Araştırmanın evreni, Nevşehir ilinde yaşayan ve mobil bankacılık kullanan bireysel tüketiciler olarak belirlenmiştir. Banka ve müşteri sırrı kapsamında olması nedeniyle Nevşehir ilinde yaşayan ve mobil bankacılık kullanan kişilerin listesine ulaşamamasından dolayı, tesadüfi olmayan örneklem yönteminden biri olan yargısal örneklem (mobil bankacılık uygulamasını kullananlar) uygulanmıştır.

500 adet anket dağıtılmış ve elemeler neticesinde 110 adet anketin analize uygun olmadığı belirlenmiş ve değerlendirme dışında tutulmuştur. Geriye kalan ve analize uygun olduğu tespit edilen 390 adet anket ile analize başlanmıştır. Sekaran'a göre (2000), örneklem büyüklüğü hesaplanırken 0,05 anlamlılık düzeyinde ve 0,05 örneklem hatasında 100.000'den fazla örneklem büyüklüğü için 384 adet katılımcı sayısı evreni temsil kabiliyetine sahiptir (Çelik, 2017:23). Bu açıdan bakıldığında, çalışmada 390 katılımcıdan elde edilen veri sayısının yeterli olduğu görülmektedir. Örneklem dağılımı Tablo 1'de gösterilmektedir.

#### **4.3. Analiz Yöntemi**

Çalışmada hipotezlerin test edilmesi amacıyla, açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve mobil bankacılığa yönelik deneyimsel değerlere ilişkin boyutlar belirlenmiştir. Daha sonra mobil bankacılığa yönelik deneyimsel değer boyutları ile mobil bankacılığa yönelik bağlılık ve tatmin arasındaki etkileşimi tespit etmek amacıyla Linear ve aşamalı regresyon analizi yapılmıştır.

**Tablo 1:** Mobil Bankacılık Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

Eğitim	Frekans	%	Banka	Frekans	%
Lise ve Öncesi	69	17,7	Kamu	221	56,7
Meslek Yüksek Okulu	68	17,4	Özel	151	38,7
Fakülte ve Dengi	185	47,4	Katılım	7	1,8
Yüksek Lisans/Doktora	68	17,4	Kamu + Özel	11	2,8
Toplam	390	100	Toplam	390	100
Gelir	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
1.800TL' den az	73	18,7	25 ve altı	73	18,7
1.801 TL – 3.000 TL	108	27,7	26 - 40	224	57,4
3.001 TL – 4.500 TL	112	28,7	41 - 55	88	22,6
4.501 TL'den fazla	97	24,9	56 ve üzeri	5	1,3
Toplam	390	100	Toplam	390	100
Cinsiyet	Frekans	%			
Kadın	156	40			
Erkek	234	60			
Toplam	390	100			
Toplam	390	100			

## 5. BULGULAR VE YORUMLAR

### 5.1. Deneysel Değerin Boyutları İle İlgili Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizinde faktör modeli olarak temel bileşenler (principal components) analizinden ve varimax dönüştürmesinden yararlanılmaktadır. Analizde özdeğeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmaktadır (Durmuş ve diğ., 2011:81-82). Faktör analizinden önce söz konusu verilerin bu analizi gerçekleştirmeye uygun olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin örneklem ölçüm yeterliliği (KMO) analizi ve Bartlett Küresellik testi kullanılmaktadır. KMO değeri olarak 0,5-1,0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken 0,5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstergesidir (Malhotra, 1996; Altunışık ve diğ., 2005:212). Ayrıca, faktör analizinin gerçekleştirilebilmesi için KMO katsayısının 0,6'nın üzerinde olması beklenirken Bartlett testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ( $p \leq 0,05$ ) olması beklenmektedir (Kurt ve Turan, 2017:41). KMO testi sonucunda örneklem büyüklüğü için değer 0,80-0,90 arasında ise "iyi" olduğu yorumu yapılmaktadır (Çokluk ve diğ., 2012:207). Bu çalışmada ise KMO, 0,890 olduğundan değişkenlerin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Bartlett testi ile değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir ( $p=0,00<0,05$ ).

**Tablo 2:** Deneysel Değere Yönelik Faktör Analizi Sonuçları.

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Cronbah's Alfa
<b>FONKSİYONEL DEĞER</b>				
Mobil bankacılığa her zaman ulaşırım	0,827	10,677	29,658	0,894
Mobil bankacılığa her yerde ulaşırım	0,820			
Mobil bankacılıkta bankacılık işlemlerini hızlı bir biçimde gerçekleştiririm	0,713			
Mobil bankacılığa erişim kolaydır	0,681			
Mobil bankacılık uygulamasında işlem menüleri hızlı bir biçimde yüklenir	0,654			
Mobil bankacılık yeterince anlaşılır ve bilgilendiricidir	0,641			
Mobil bankacılığın kullanımı kolaydır	0,623			
Mobil bankacılıkta her türlü bankacılık işlemi gerçekleştirebilirim	0,531			
<b>DUYGUSAL DEĞER</b>				
Mobil bankacılığı kullandığım zaman kendimi mutlu hissedirim	0,860	3,714	10,315	0,868
Mobil bankacılığı kullanmak kendimi iyi hissetmemi sağlar	0,827			
Mobil bankacılığı kullanmak beni çok rahatlatır	0,731			
Mobil bankacılığı kullanmak oldukça ilgi çekicidir	0,689			
Mobil bankacılığı kullanmaktan çok zevk alırım	0,675			
İşlem yapmadığım zamanlarda bile mobil bankacılık uygulamasında gezinmek çok hoşuma gider	0,607			
<b>KİŞİSEL DEĞER</b>				
Mobil bankacılık müşterilerin ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetler sunar	0,699	2,437	6,770	0,816
Mobil bankacılıkta sunulan hizmet benim için çok önemlidir	0,663			
Mobil bankacılık benim için rahatlık ve konfor sağlar	0,631			
Mobil bankacılık uygulaması kişiselleştirmeye imkan sağlar	0,594			
Mobil bankacılık tasarımı ve ticari sunum olarak müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını dikkate alır	0,529			
<b>GÜVENCE DEĞERİ</b>				
Mobil bankacılık uygulaması çökmez	0,841	1,767	4,909	0,831
Mobil bankacılık uygulaması kilitlenmez	0,839			
Mobil bankacılıkta müşterilerin hata yapmaması için çeşitli uyarılar vardır	0,502			
Mobil bankacılık uygulaması taahhütlerini genellikle yerine getirir	0,500			
Mobil bankacılığın kişisel bilgilerimi güvende tuttuğuna inanıyorum	0,496			
Mobil bankacılığa giriş güvenlidir	0,486			
<b>EKONOMİK (DÜŞÜNSEL) DEĞER</b>				
Mobil bankacılığın şubeye kıyasla masraf avantajı benim için önemlidir	0,839	1,681	4,668	0,770
Mobil bankacılıktaki masrafları şubede alınan masraflar ile karşılaştırırım	0,825			
Mobil bankacılığı işlemleri az masraflı/masrafsız yapabildiğim için tercih ederim	0,683			
Mobil bankacılık müşterilerin şimdiki ve gelecekteki çıkarlarını gözetir	0,425			
<b>SOSYAL DEĞER</b>				
Mobil bankacılığı çevremdeki insanların işlemleri için de kullanmak isterim	0,748	1,525	4,235	0,780
Mobil bankacılığı kullandığımdan zaman zaman çevremdeki kişilere de bahsedirim	0,744			
Mobil bankacılığı kullanarak başkalarına yardımcı olmak beni mutlu eder	0,733			
Mobil bankacılık kullanımı mobil bankacılığı kullanan başka kişilerle ilişkilerimi geliştirmektedir	0,592			
<b>DUYUSAL DEĞER</b>				
Mobil bankacılık uygulaması görsel olarak çekicidir	0,748	1,220	3,390	0,752
Mobil bankacılık uygulamalarında renk uyumu oldukça iyidir	0,744			
Mobil bankacılık uygulamalarında yazılar kolay okunabilmektedir	0,733			
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Yeterliliği Değeri = 0,890; Bartlett Küresellik Testi Ki Kare Değeri = 7963,685 sd = 630 ; p =0,00<0,05; Toplam Açıklanan Varyans (%) = 63,946				

Saha çalışmasında kullanılan anket formunda mobil bankacılık deneysel değer bileşenleri hakkında tüketicilerin görüşlerini toplamak üzere 43 soruya yer verilmiştir.

Büyüköztürk'e göre (2014:134), faktör analizinde soruların yer aldığı faktördeki yük değerlerinin 0,30'un üzerinde olması gerekmektedir. Yapılan analizde faktör yükü 0.30'un altında olan 7 adet soru elenmiş, kalan 36 soru üzerinden analize devam edilmiştir. Analiz sonucunda 36 bileşen, yedi faktöre ayrılmıştır. Faktör isimlerinin tespit edilmesinde bileşenler ve literatürde benzer konularda yapılan çalışmalar göz önüne alınmıştır. Analiz sonuçları yukarıda yer alan Tablo 2'de gösterilmiştir.

Bileşenlerin aritmetik ortalamalarına göre mobil bankacılık kullanan katılımcıların, sırasıyla fonksiyonel (3.85) ve kişisel (3.67) ve ekonomik (düşünsel) (3.63) ve duyuşsal deneyim değeri (3.46) ile ilgili ifadelerle katıldıkları görülmektedir. Mobil bankacılık kullanan katılımcıların, güvence değeri (3.38), duyuşsal deneyim değeri (3.08) ve sosyal deneyim değeri (3.08) ile ilgili ifadelerle ilgili olarak kararsızdırlar. Bu sonuçlar ışığında, katılımcılar en yüksek düzeyde değeri algısını fonksiyonel deneyimde (3,85), en düşük değeri algısını ise duyuşsal ve sosyal deneyimde (3,08) hissettikleri görülmektedir. Sektörün yapısal özellikleri özellikle finansal işlemlerle ilgili olması düşünöldüğünde, bu sonucun beklenen bir durum olduğu söylenebilir.

### **5.2.Değişkenler Arası Korelasyon Analizi**

Analizlerde tespit edilen değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı ve ilişki varsa yönüne tespit etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yarayan bir analiz tekniğidir (Altunışık ve diğ., 2005:199). Korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasında bir değeri alır. Katsayı yorumlanırken, r: -1 ise iki değişken arasında mükemmel negatif ilişki, r: +1 ise iki değişken arasında mükemmel pozitif ilişki olduğu şeklinde yorumlanır. Korelasyon katsayısının yorumlanmasında bir hususa dikkat etmek gerekir. Korelasyon katsayısı değişkenler arasında nedenselliği göstermez. Yüksek korelasyon, iki değişken arasında doğrusal eğilim olduğunu gösterir (Bakır ve Aydın, 2006:215). Tablo 3 incelendiğinde, 0,01 anlamlılık düzeyinde değişkenler arası korelasyon katsayısının kabul edilebilir sınırlarda ve anlamlı olduğu ve H1 hipotezinin kabul edildiği ifade edilebilir.

**Tablo 3:** Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları

Faktörler	Fonksiyonel	Duygusal	Kişisel	Güvence	Düşünsel	Sosyal	Duyusal	Bağlılık	Tatmin
Fonksiyonel	1								
Duygusal	0,262**	1							
Kişisel	0,611**	0,357**	1						
Güvence	0,510**	0,268**	0,523**	1					
Düşünsel	0,469**	0,321**	0,424**	0,327**	1				
Sosyal	0,264**	0,464***	0,429**	0,339**	0,262**	1			
Duyusal	0,422***	0,433**	0,461**	0,343**	0,301**	0,275**	1		
Bağlılık	0,698**	0,297**	0,683**	0,487**	0,427**	0,328**	0,393**	1	
Tatmin	0,682**	0,276**	0,614**	0,422**	0,438**	0,268**	0,406**	0,782**	1

\*\* İşaretili olarak gösterilen Pearson korelasyon katsayıları,  $\alpha=0.01$  düzeyinde anlamlıdır.

### 5.3. Mobil Bankacılıkta Deneyimsel Değer Boyutlarının Tatmine Etkisi

Korelasyon analizi sonucunda, mobil bankacılığa yönelik deneyimsel değer boyutları ile tatmin ve bağlılık arasında ilişki tespit edilmiş olması nedeniyle regresyon analizi yapılabilecektir. Mobil bankacılıkta deneyimsel değer boyutları ile tüketici tatmini etkileşiminin ölçülmesi amacıyla yapılan regresyon analizi ve elde edilen sonuçlar, Tablo 4’de gösterilmiştir.

Regresyon analizi varsayımlarından birisi, çoklu bağıntı sorunun olmamasıdır. Çoklu bağıntı sorunun olup olmadığını belirlemenin bir yolu varyans şişme faktörü (VIF) değerlerine bakmaktır. VIF değeri, 10’ dan düşük değerli olması beklenir (Alkaya ve diğerleri, 2016:9). VIF değerine bakıldığında çoklu bağıntı sorunu olmadığı görülmüştür. Regresyon analizinde varsayımlardan biri hata terimlerinin birbirleriyle ilişkili (otokorelasyon) olmaması durumudur. Genellikle 1,5-2,5 civarında Durbin Watson test değeri otokorelasyon olmadığını gösterir (Kalaycı, 2010:267). Durbin Watson değeri 2,039 olup analizde otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Ancak, Regresyon modelinde  $F= 63,584$  ve anlamlılık düzeyi  $p= 0,00<0,05$  olduğu için model anlamlı ve H2 kabul edilmekle birlikte,  $\beta$  katsayılarına karşılık gelen p önem düzeyi değerleri bakımından duygusal değerler, duygusal değerler, sosyal değerler ve güvence değeri değişkenlerine ait katsayıların anlamlı olmadığı görülmüştür. Bu durum, modelde bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olduğunun ve tablo 4 ile verilen regresyon modelinin geçerli olmadığını bir göstergesidir. Bu nedenle, aşamalı regresyon analizi uygulanarak yeni bir regresyon modeli kurulmaya çalışılacaktır. Aşamalı regresyon analizi, çoklu bağıntı sorununa neden olan değişken veya değişkenlerin modelden çıkarılması ile regresyon modelinin yeniden oluşturmasını sağlayan bir yöntemdir. Aşamalı regresyon yönteminde bağımlı değişken ile en yüksek ilişkili olan bağımsız değişken veya değişkenler modele alınarak regresyon modeli yeniden oluşturulur ve çoklu bağıntı sorunu olup olmadığı kontrol edilir (Alkaya ve diğ, 2016:10).



**Tablo 4:** Mobil Bankacılıkta Deneyimsel Değer Boyutlarının Tatmine Etkisi

Model I (Bağımsız Değişkenler)	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	0,587	0,170		3,454	0,001		
Fonksiyonel Değer	0,458	0,050	0,442	9,177	0,000	0,520	1,923
Duygusal Değer	0,009	0,036	0,011	0,252	0,801	0,665	1,503
Kişisel Değer	0,286	0,052	0,277	5,549	0,000	0,485	2,063
Güvence Değer	0,001	0,045	0,001	0,025	0,980	0,648	1,543
Ekonomik Değer	0,086	0,037	0,095	2,307	0,022	0,720	1,388
Sosyal Değer	-0,013	0,036	-0,015	-0,357	0,721	0,691	1,446
Duyusal Değer	0,054	0,037	0,062	1,473	0,141	0,676	1,480
R	0,734						
R <sup>2</sup>	0,538						
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0,530						
Tahmini Standart Hata	0,51513						
Anlam Düzeyi (p)	0,000						
F (7-390)	63,584						
Durbin Watson	2,039						
Bağımlı Değişken	Tatmin						

Tablo 5’de görüldüğü gibi, yapılan aşamalı regresyon analizi sonucunda, üç regresyon modeli oluşmuştur. Etkileşimi en iyi açıklayan model III’dür ( $R^2=0,531$ ). Tablo 6’daki regresyon analizi sonuçları incelendiğinde Model III’de tolerans değerleri, en alt sınır değer olan 0.10’dan çok yüksektir. Ayrıca bu modelde Durbin-Watson katsayısı 2,036 olduğundan otokorelasyon sorununa da rastlanmamıştır. Model III’de önem düzeylerine ( $p < 0,05$ ) bakıldığında çoklu bağıntı sorunu giderilmiş olup bağımsız değişkenlerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir. Model III sonuçlarına göre  $F= 6,235$  ve anlamlılık düzeyi  $p= 0,00 < 0,05$  olduğu için kurulan regresyon modeli geçerlidir. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan F değeri modelin bağımlı değişkeni açıklamada önemli katkı sağladığına işaret etmektedir.

**Tablo 5:** Mobil Bankacılıkta Deneyimsel Değer Boyutlarının Tüketici Tatminine Etkisine İlişkin Aşamalı Regresyon Modelleri

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahmininin Standart Hatası	Durbin- Watson
1	0,682	0,465	0,464	0,55013	2,036
2	0,726	0,527	0,525	0,51775	2,036
3	0,731	0,535	0,531	0,51429	2,036

**Tablo 6:** Mobil Bankacılıkta Deneyimsel Değer Boyutlarının Tatmine Etkisine Yönelik Aşamalı Regresyon Analizi

Model I	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	1,174	0,151		7,789	0,000		
Fonksiyonel Değer	0,705	0,038	0,682	18,363	0,000	1,000	1,000
F (1-390)	337,196						
Anlam Düzeyi	0,000						
Model II	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	0,748	0,154		4,860	0,000		
Fonksiyonel Değer	0,506	0,046	0,489	11,084	0,000	0,627	1,595
Kişisel Değer	0,325	0,046	0,315	7,145	0,000	0,627	1,595
F (2-390)	51,048						
Anlam Düzeyi	0,000						
Model III	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	0,635	0,159		3,986	0,000		
Fonksiyonel Değer	0,471	0,047	0,456	9,935	0,000	0,573	1,745
Kişisel Değer	0,303	0,046	0,293	6,564	0,000	0,603	1,659
Düşünsel Değer	0,091	0,036	0,100	2,497	0,013	0,750	1,334
F (3-390)	6,235						
Anlam Düzeyi	0,013						

Bu araştırmada nihai regresyon modeli olan Model III'de  $R^2$  değerine bakıldığında toplam tatminin % 53,1'inin üç deneyimsel değer boyut tarafından açıklandığı söylenebilir. Tablo 6 incelendiğinde, regresyon katsayılarına ( $\beta$ ) göre mobil bankacılığa yönelik tatmin üzerinde en fazla etkisi olan değerler, fonksiyonel ( $\beta=0,471$ ;  $p<0,05$ ), kişisel ( $\beta=0,303$ ;  $p<0,05$ ) ve ekonomik değer ( $\beta=0,091$ ;  $p<0,05$ ) olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar, mobil bankacılığa yönelik tatmin üzerinde üç deneyimsel değer boyutunun (fonksiyonel, kişisel ve ekonomik-düşünsel) anlamlı düzeyde etki yaptığı görülmektedir. Duyusal, duygusal, sosyal ve güvence değerlerinin ise modelin açıklayıcılığına fazla etkisi yoktur. Model III'e göre oluşturulan regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$\text{Tatmin} = 0,635 + 0,471 \text{Fonksiyonel Değer} + 0,303 \text{Kişisel Değer} + 0,091 \text{Ekonomik Değer}$$

#### 5.4. Deneyimsel Değer Boyutlarının Bağlılık Üzerine Etkisi

Mobil bankacılıkta deneyimsel değer boyutları ile tüketici bağlılığı etkileşiminin ölçülmesi amacıyla yapılan regresyon analizi ve elde edilen sonuçlar, Tablo 7’de gösterilmiştir. Durbin Watson (1,855), VIF değerleri ve tolerans değerleri analizde oto korelasyon olmadığını göstermekte ve regresyon modelinde  $F= 81,365$  ve anlamlılık düzeyi  $p= 0,00 < 0,05$  olduğu için model anlamlı bulunduğu başka bir deyişle H3 hipotezi kabul edilmekle birlikte,  $\beta$  katsayılarına karşılık gelen p önem düzeyi değerleri bakımından duygusal, duyusal, ekonomik, sosyal ve güvence değeri değişkenlerine ait katsayıların anlamlı olmadığı görülmüştür ( $p > 0,05$ ). Bu durum, modelde bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olduğunun ve Tablo 7 ile verilen regresyon modelinin geçerli olmadığını bir göstergesidir. Bu nedenle, aşamalı regresyon analizi uygulanarak yeni bir regresyon modeli kurulmaya çalışılacaktır. Gerçekleştirilen aşamalı regresyon analizi sonucunda, iki regresyon modeli oluşmuştur. Birinci adımda tatmin ile en yüksek ilişkili değişken olan fonksiyonel değer değişkeninin yer aldığı Model I, ikinci adımda tatmin ile en yüksek ilişkili değişkenler olan fonksiyonel ve kişisel değer değişkenlerinin yer aldığı Model II’dir.

**Tablo 7:** Mobil Bankacılıkta Deneyimsel Değer Boyutlarının Bağlılığa Etkisi

Model I (Bağımsız Değişkenler)	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
Sabit	0,201	0,164		1,225	0,221		
Fonksiyonel Değer	0,441	0,048	0,412	9,175	0,000	0,520	1,923
Duygusal Değer	0,014	0,035	0,016	0,407	0,684	0,665	1,503
Kişisel Değer	0,388	0,050	0,364	7,807	0,000	0,485	2,063
Güvence Değer	0,061	0,043	0,057	1,421	0,156	0,648	1,543
Ekonomik Değer	0,045	0,036	0,048	1,269	0,205	0,720	1,388
Sosyal Değer	0,020	0,034	0,022	0,570	0,569	0,691	1,446
Duyusal Değer	0,004	0,036	0,004	0,103	0,918	0,676	1,480
R	0,774						
R <sup>2</sup>	0,599						
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0,591						
Tahmini Standart Hata	0,49638						
Anlam Düzeyi (p)	0,000						
F (7-390)	81,365						
Durbin Watson	1,855						
Bağımlı Değişken	Bağlılık						

Tablo 8 ve 9'daki regresyon analizi sonuçları incelendiğinde Model II'deki VIF değerleri, en üst sınır olarak kabul edilen 10'dan çok düşüktür. Modelde 0.627 olan en düşük tolerans değeri, en alt sınır değer olan 0.10'dan çok yüksektir. Ayrıca bu modelde Durbin-Watson katsayısı 1,851 olduğundan otokorelasyon sorununa da rastlanmamıştır. Model II'de hem VIF hem de t değerleri ve önem düzeylerine ( $p < 0,05$ ) bakıldığında çoklu bağıntı sorunu giderilmiş olup bağımsız değişkenlerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan F değeri (99,793) ve p değeri ( $p < 0,05$ ), modelin bağımlı değişkeni açıklamada önemli katkı sağladığına işaret etmektedir. Bu çalışmada nihai regresyon modeli olan model II'de  $R^2$  değerine bakıldığında toplam bağlılığın %59'unun iki deneysel değer boyut tarafından açıklandığı söylenebilir. Regresyon katsayılarına ( $\beta$ ) göre mobil bankacılığa yönelik bağlılık üzerinde en fazla etkisi olan değerler, fonksiyonel değer ( $\beta = 0,479$ ;  $p < 0,05$ ) ve kişisel değer ( $\beta = 0,437$ ;  $p < 0,05$ ) olarak tespit edilmiştir. Kısaca bağlılığın, %48'ini fonksiyonel ve %44'ünü kişisel değer açıklamakta olup, kurulan model aşağıda gösterilmiştir.

$$\text{Bağıllık} = 0,363 + 0,479 \text{ Fonksiyonel Değer} + 0,437 \text{ Kişisel Değer}$$

**Tablo 8:** Mobil Bankacılıkta Deneysel Değer Boyutlarının Bağlılığa Etkisine İlişkin Aşamalı Regresyon Modelleri Özeti

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahmininin Standart Hatası	Durbin-Watson
1	0,698	0,488	0,486	0,55648	1,851
2	0,770	0,593	0,590	0,49682	1,851

**Tablo 9:** Mobil Bankacılıkta Deneysel Değer Boyutlarının Bağlılığa Etkisine İlişkin Aşamalı Regresyon Analizi

Model I	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
<b>Sabit</b>	0,934	0,152		6,130	0,000		
<b>Fonksiyonel Değer</b>	0,746	0,039	0,698	19,212	0,000	1,000	1,000
<b>F (1-390)</b>	369,098						
<b>Anlam Düzeyi</b>	0,000						
Model II	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t	p	İç İlişki İstatistikleri	
	$\beta$	Standart Hata	Beta			Tolerans Değeri	VIF değeri
<b>Sabit</b>	0,363	0,148		2,457	0,014		
<b>Fonksiyonel Değer</b>	0,479	0,044	0,448	10,936	0,000	0,627	1,595
<b>Kişisel Değer</b>	0,437	0,044	0,409	9,990	0,000	0,627	1,595
<b>F (2-390)</b>	99,793						
<b>Anlam Düzeyi</b>	0,000						

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz tüketicisi istediği zaman, istediği yerde ve istediği şekilde (kişiselleştirilebilen) finansal hizmetlere ulaşmak istemektedir (Driga ve Isac, 2014:50). İşletmelerin ayakta kalabilmesi için değişen ekonomik koşullara uyum sağlaması ve tüketici beklentilerini karşılaması gerekmektedir. Bu nedenle, değişen finansal hizmet tüketicisi profilinin bu doğrultudaki beklentilerini gerçekleştirebilmek üzere mobil bankacılık yenilikçi bir alternatif dağıtım kanalı olarak doğmuştur (Agwu ve Carter, 2014:50). Bankaların sanal dünyaya açılan kapısı olan mobil bankacılık uygulamalarının kullanıcı sayısı ve işlem adedi dünya genelinde ve ülkemizde nefes kesici bir hızla yaygınlaşmaktadır. Gerek müşteri yaşam tarzının değişmesi ve gelir artışı gibi müşteri talebi kaynaklı faktörler gerekse mobil iletişim teknolojisinin gelişmesi ve bankaların maliyet düşürme çabaları şeklinde ortaya konulan arz yönlü faktörler, mobil bankacılığın yaygınlaşmasını desteklemektedir. Bununla birlikte mobil bankacılıkta kullanıcıları sisteme yönlendirmek, kullanıcı sayısını arttırmak, müşteri tatmini ve bağlılığın kazanmak gibi hedeflere ulaşabilmek için sistem üzerinden sadece somut değil, buna ilave sistemin deneyimsel boyutlarını da dikkate almak ve tüketicileri etkileyecek deneyimsel pazarlama yapısını oluşturmak ve uygulamak gerekmektedir.

Mobil bankacılıkta algılanan deneyimsel değer boyutlarını saptamak bu boyutların tatmin ve bağlılığa etkisi belirlemek amacıyla yapılan çalışmada şu bulgulara ulaşılmıştır:

- Faktör analizi sonucu saptanan deneyimsel değer boyutları; duysal, duygusal, ekonomik (düşünsel), sosyal, fonksiyonel, kişisel ve güvence değerleridir. Bu bulgular Schmitt'in (1999) Stratejik Deneyim Modülleri olarak adlandırdığı ve deneyimsel pazarlamanın müşterilerde (davranışsal deneyim dahil edildiğinde) beş temel deneyim yaşattığını öne süren görüşünü desteklemektedir. Bununla birlikte, Schmitt'ten farklı olarak çalışmada fonksiyonel değer, kişisel değer ve güvence değeri boyutları tespit edilmiştir. Jalal ve arkadaşları (2011:37) ile Dasgupta ve arkadaşlarının çalışması (2011:25) bu sonucu desteklemektedir. Onlara göre mobil bankacılığın kabulünü etkileyen faktörler arasında algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanılabilirlik gibi fonksiyonel yararlar ile algılanan güvenilirlik boyutları bulunmaktadır. Fonksiyonel değer ve güvence değeri boyutlarına ilave olarak, kişisel değer alt bileşenleri olarak ifade edebileceğimiz sembolik tüketim, kişiselleştirmenin önemi ve ürün/hizmete kişisel değer atfetme konusu pek çok çalışmada (Thakur, 2014; Jun ve Palacios, 2016; Zeithaml ve diğ., 2000) hizmet kalitesi algısı bağlamında önemli bulunmuştur.

- Korelasyon analizi sonucu, deneysel değer boyutları, tatmin ve bağlılık değişkenleri arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde ilişki saptanmıştır.

- Regresyon analizi sonucuna göre, mobil bankacılığa yönelik tatmin üzerinde üç deneysel değer boyutunun (fonksiyonel, kişisel ve ekonomik-düşünsel) pozitif ve anlamlı düzeyde etki yaptığı görülmektedir. Duyusal, duygusal, sosyal ve güvence değerlerinin ise mobil bankacılığa yönelik tatmin üzerinde anlamlı düzeyde etkisi yoktur. Mobil bankacılığa yönelik bağlılık üzerinde ise iki deneysel değer boyutunun (fonksiyonel ve kişisel) pozitif ve anlamlı düzeyde etki yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla fonksiyonel ve kişisel değer boyutları tatmin ve bağlılığı etkilerken, bunlara ilave olarak düşünsel boyut tatmin üzerinde etkileyici role sahiptir. Mobil bankacılık uygulamaları, rasyonel güdülere hitap eden ekonomik ihtiyaç ve isteklere yönelik olduğundan kullanıcıların duyusal ve duygusal yönde beklentileri çok güçlü olmayabilir. Mobil bankacılık hizmetinde tüketicilerin odaklandığı alanların kullanışlılık ve işlevsellik (fonksiyonellik), ekonomik (düşünsel) çıkar ile sembolik tüketim (mobil yaşam tarzına uygun olması ve benliğin dışavurumu gibi) olduğu analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, mobil bankacılık kullanımının teşvik edilmesi ve tüketicilerin tatmin düzeyi ve bağlılıklarının artırılabilmesi için aşağıdaki hususlara önem verilmesi gerekmektedir:

- Mobil bankacılıkta müşteri bağlılığı hedefleniyorsa müşterileri öncelikle fonksiyonel (kullanışlılık), kişisel ve düşünsel deneyim boyutlarına yönelik stratejilerle tatmin etmek gerekir. Bunu yaparken internet, fiziki dünya ve mobil bankacılık sistemi üzerinden yöneltilecek iletişim, mobil bankacılığın yapısı ve sistem üzerinden sağlanacak hizmetler önem kazanacaktır.

- Mobil bankacılık kullanan müşterilerde bağlılığı sağlamanın yolu tatmin düzeylerini artırmaktan geçmektedir. Bu nedenle, tüketicilere zenginleştirilmiş deneyim yaşatabilmek adına mobil bankacılık uygulamalarının tasarımında müşteri memnuniyet düzeyleri sürekli olarak ölçülmeli, tüketicilerin şikayet, öneri ve beklentileri dikkate alınmalı ve uygulama içeriği sürekli iyileştirilmelidir.

- Mobil bankacılığa yönelik tatmin üzerinde en çok etkili olan değerler fonksiyonel, kişisel ve ekonomik (düşünsel) değerlerdir. Başka bir ifadeyle, mobil bankacılık müşterilerince somut değerler (fonksiyonel, kişisel, düşünsel değerler), soyut/hedonik değerlerden (duyusal, duygusal, ilişkisel, güvence) daha önemli algılanmaktadır. Bu sonuçtan hareketle, mobil bankacılık müşterilerinin tatmin düzeyini artırabilmek için fonksiyonelliği geliştirerek kullanıcı dostu tasarıma odaklanmak, hızlı, basit işlem adımlarıyla işlem setini artırmak, kişiselleştirme

olanaklarını geliştirmek ve masraf indirimi gibi ekonomik teşviklere ağırlık vermek gerekmektedir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Birincisi zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle bu alışma, Nevşehir il merkezinde 2018 yılı Ağustos ayında gerçekleştirilmiş olup, farklı zaman dilimlerinde, farklı iller ve ülkelerde yapılacak çalışmalarla desteklenmelidir. İkinci kısıt ise, katılımcılar bu çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden birisi olan yargısal örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, bu nedenle çalışmanın evreni temsil gücü sınırlıdır. Gelecek çalışmalarda, mobil bankacılıkta algılanan değer boyutları ile demografik faktörleri arasında ilişki olup olmadığı, mobil bankacılık kullanıcılarının demografik özellikleri ile tatmin ve bağlılık düzeyleri arasında farklılıkların olup olmadığı araştırılmaya değer bir diğer konudur.

## KAYNAKÇA

- Agwu, E.M. & Carter, A.Ç.L. (2014). Mobile phone banking in Nigeria: benefits, problems and prospects. *International Journal of Business and Commerce*, 3(6), 50-70.
- Akturan, U. & Tezcan, N. (2012). Mobile Banking adoption of the youth market: perceptions and intentions. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 444-459.
- Alkaya, A., Çoban, S., Tehci, A. & Ersoy, Y. (2016). Çevresel duyarlılığın yeşil ürün satın alma davranışına etkisi: ordu üniversitesi örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (47), 121-134.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Arnold, M., Kristy J. & Reynolds, E.. (2003). Hedonic Shopping Motivations. *Journal of Retailing*, 79, 77-95.
- Azizağaoğlu, A. & Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, sembolik tüketim ve marka. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 33-49.
- Bahçecioğlu, A. (2014). *Sanal Deneysel Pazarlamanın Tüketici Tutumuna Etkisi.Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- Bakır M.A. & Aydın C. (2006). *İstatistik*, İstanbul: Nobel Yayın.
- Barnes M. & Richard J. (2014). Digital banking: investigating the use of social media and mobile applications in building relationships, loyalty and reducing churn. *Academy of Marketing Conference, 7-14 July*, 1-24.
- Büyükoztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*, Ankara: Pegem Akademi.
- Chen, C. (2013). Perceived risk, usage frequency of mobile banking services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(5), 410-436.
- Çelik, O. (2017). Mobil telefon satın alımlarında hedonik tüketim: Adana örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 21-27.
- Çokluk, O., Şekercioğlu G. & Büyükoztürk Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli SPSS ve Lisrel uygulamaları*, Ankara: Pegem Yayıncılık
- Dasgupta S, Paul, R & Fuloria, S. S. (2011). Factors affecting behavioral intentions towards mobile banking usage : empirical evidence from India. *Romanian Journal of Marketing*, 1(1), 6-28.
- Driga, I. & Isac, C. (2014). E-Banking services - features, challenges and benefits. *Annals of the University of Petrosani Economics*, 14(1), 49-58.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. & Çinko, M. (2011). *Sosyal bilimlerde spss 'le veri analizi*, Dördüncü Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G. (2007). Experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395-410.
- Gilmore, J.H. & Pine, B.J. (2002). Customer experience places: the new offering frontier. *Strategy & Leadership*, 30(4), 4-11.
- Holbrook, M.B. & Hirschman, E.C. (1982). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140.
- İşler, A.U. (2015). İnternet bankacılığı e-hizmet kalitesinin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi: Kuveyt Türk örneği, *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(2): 220-233.
- Jain, R., Aagja, J. & Bagdare, S. (2017). Customer experience – a review and research agenda. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(3), 642-662.
- Jalal, A.M., Jassim, N. & Hassan A. (2011). Evaluating the impacts of online banking factors on motivating the process of e-banking. *Journal of Management and Sustainability*, 1(1), 32-42.
- Jun, M. & Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307-326.
- Kalaycı, Ş. (2010). *Faktör analizi*, Şeref Kalaycı (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Beşinci Baskı, içinde (321-331), Ankara: Asil Yayın Dağıtım.



- Kara, M. & Hacıhasanoğlu, M. (2015). Bankacılıkta mobil pazarlama ve tüketici satın alma kararları üzerine etkisi: Yozgat örneği. *KTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 181–205.
- Kartal, M. (2017). Alternative distribution channel usage in banking: an analysis upon member banks of turkish bank association. *Social Sciences Research Journal*, 6(1), 22–44.
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A. & Alexander M. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410-432.
- Kurt, K. & Turan, A.H. (2017). Mobil bankacılık uygulamalarının benimsenmesine yönelik davranışsal niyetleri etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(3), 25-59.
- Laukkanen, T. (2007). Internet vs. mobile banking: comparing customer value perceptions. *Business Process Management Journal*, 13(6), 788-79.
- Laukkanen T. & Lauronen J. (2005). Consumer value creation in mobile banking services. *International Journal of Mobile Communications*, 3(4), 325-338.
- Lee, M.C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: an integration of tam and tpb with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141.
- Malhotra, N. (1996). *Marketing research-an applied orientation*, USA: Prentice Hall Inc.
- Mathwick, C. Malhotra, N. & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 39–56.
- Mathwick C, Malhotra NK, Rigdon E (2002) The effect of dynamic retail experiences on experiential perceptions of value: an internet and catalog comparison. *Journal of Retailing* 78(1): 51-60.
- Mohammadi, H. (2015). A study of mobile banking usage in Iran. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 733-759.
- Mutahar, A.M., Isaac, O., Ghosh, A. & Hamoud A.S. (2018). Perceived value as a moderator variable in mobile banking context: an extension of technology. *Journal of Management and Human Science*, 2(2), 1-8.
- Ntseme, O.J., Namatsagang, A. & Chukwuere, J.E. (2016). Risks and benefits from using mobile banking in an emerging country. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 6(4), 355-363.
- Öztürkcan, S. & Kervenoael, R. (2008). Deneyimsel pazarlama: Türkiye'deki e- bankacılık uygulamaları. *13. Ulusal Pazarlama Kongresi* (pp. 1–18). Nevşehir.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Malhotra, A. (2005). A multiple-item scale for assessing electronic service & quality. *Journal of Research*, 7(10), 1-21.
- Pine, J. & Gilmore, J. (1998) *Deneyim Ekonomisi*, Çev. Levent Cinemer, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: a skill business approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Seyrek, İ.H. & Akşahin, A. (2016). Mobil bankacılık uygulamalarının kalite faktörlerinin analitik hiyerarşi prosesi ile karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 47-61.
- Shaikh, A.A. & Karjaluo H. (2014). Mobile banking adoption: a literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129-142.
- Sharma, H. (2011). Bankers' perspectives on e-banking. *National Journal of Research In Management*, 1(1): 1-15.
- Shen, Y.C., Huang, C.Y., Chu, C.H. & Hsu C.T. (2010). A benefit–cost perspective of the consumer adoption of the mobile banking system. *Behaviour & Information Technology*, 29(5), 497-511.
- Smilansky, S. (2009). *Experiential marketing: a practical guide to interactive brand Experiences*. India: Replika Press.
- Söylemez, C. (2018). *Mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya yönelik tutumların teknoloji kabul ve planlı davranış teorisiyle incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Thakur, R. (2014). What keeps mobile banking customers loyal? *International Journal of Bank Marketing*, 32(7), 628-646.

- Torlak, Ö. (2018). *Dijital Ekonomi Konferansı*. Nevşehir HBV Üniversitesi, 23.03.2018.
- Vyas, S. (2015). Impact of mobile banking on traditional banking. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1209/1209.2368.pdf>, erişim tarihi: 20.08.2016.
- Wu, M.Y. & Tseng, L.H. (2015). Customer satisfaction and loyalty in an online shop: an experiential marketing perspective. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 104–114.
- Xiong, S. (2013). Adoption of mobile banking model based on perceived value and trust. *6th International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering*, 632-635.
- Yuan, S., Liu, Y., Yao, R. & Liu, J. (2016.) An investigation of users' continuance intention towards mobile banking in China. *Information Development*, 32(1), 20-34.
- Zarifopoulos, M. & Economides, A.A. (2009.) Evaluating mobile banking portals. *International Journal of Mobile Communications*, 7(1), 66-90.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2000). *E-Service Quality: Definition, Dimensions and Conceptual Model*. Marketing Science Institute, Cambridge, Working Paper.

**Citation:** Sevil T. & Polat A. (2019), Momentum Faktörü, Para Politikası Kararları Ve Büyük Fiyat Değişimlerine Dayalı Yatırım Stratejilerinin Performanslarının Karşılaştırılması: Gezi Ve Rekreasyon Sektörü Uygulaması, BMIJ, (2019), 7(1): 102-117 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1047>

## MOMENTUM FAKTÖRÜ, PARA POLİTİKASI KARARLARI VE BÜYÜK FİYAT DEĞİŞİMLERİNE DAYALI YATIRIM STRATEJİLERİNİN PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRILMASI: GEZİ VE REKREASYON SEKTÖRÜ UYGULAMASI<sup>1</sup>

Tuba SEVİL<sup>2</sup>

Alp POLAT<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi):21/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 24/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Gezi ve rekreasyon sektörü finans alanında karakteristik özellikleri nedeniyle özel olarak incelenmektedir. Gezi ve rekreasyon sektöründe pay senedi yatırımları belirli risk düzeyinde en yüksek getiri sağlandığında gerçekleşmektedir. Pay senetlerine olan yatırımlar ile birlikte sektörün ekonomik büyümesinde ve istihdam miktarında artış yaşanmaktadır. Araştırmanın amacı, Türkiye'de gezi ve rekreasyon sektörü üzerinde yatırımlarda uygulanabilecek farklı portföy değiştirme stratejilerinin performanslarını karşılaştırmaktır. Çalışmada momentum, para politikası değişimleri ve büyük fiyat değişimleri sinyallerini esas alan portföy değiştirme stratejileri incelenmiştir. Treynor, Sharpe ve Jensen ölçütlerine dayanan karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular izlenecek portföy değiştirme stratejilerinin klasik satın al ve elde tut yatırımlarına göre daha başarılı olabileceğini göstermektedir. Riske dayalı performans ölçütleri, getiri ve portföy değeri açısından karşılaştırma yapıldığında büyük fiyat değişimlerine bağlı olarak oluşturulan strateji en başarılı performansı göstermektedir*

**Anahtar kelimeler:** Yatırım Stratejileri; Portföy Performans Ölçümü; Gezi Ve Rekreasyon Sektörü

**Jel Kodları:** G1, G3

## COMPARING PORTFOLIO STRAGIES BASED ON MOMENTUM, MONETARY POLICY AND LARGE PRICE CHANGES: TRAVEL AND LEISURE SECTOR APPLICATION

### ABSTRACT

*The travel and leisure sector is examined specifically in the area of finance due to its characteristics. Stock market investments in the travel and leisure sector depends on the highest return at the specific risk level. Investments in the stock market will increase sector's economic growth and employment. The purpose of the study is to compare the performance of different strategies in travel and leisure sector of Turkey. In this study, portfolio switching strategies based on momentum, monetary policy changes and signals of large price changes are examined. Comparisons are made according to the Treynor, Sharpe and Jensen performance measurement criteria. Findings show that active portfolio strategies can be more successful than conventional buy and hold investments. The strategy based on large price changes shows the most successful performance when the other alternatives compared.*

**Keywords:** Investment Strategies; Portfolio Performance Measurement; Travel And Leisure

**Jel Codes:** G1, G3

<sup>1</sup> Bu çalışma Anadolu Üniversitesi BAP komisyonu tarafından desteklenmiş olup 1605S313 No'lu projeden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, [sevil@eskisehir.edu.tr](mailto:sevil@eskisehir.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0002-6732-6924>

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi, [alp.polat@bilecik.edu.tr](mailto:alp.polat@bilecik.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0002-5472-5686>

## 1. GİRİŞ

Finans alanında pay senedi yatırımlarında oluşturulacak portföylerin incelenmesi üzerinde önemle durulan konular arasında yer almaktadır. Markowitz (1952)'ye göre portföy seçimi iki süreçten oluşmakta ve ilk süreç gözlem ve deneyimler ile başlamalı ve gelecek performanslar üzerinde tahminler ile bitmektedir. İkinci süreç ise gelecek performanslara dair geçerli görüşlerin ortaya konulması ve portföy seçimi ile sonlanmaktadır.

Bu araştırma Türkiye'de gezi ve rekreasyon sektörü endekslerine yapılan yatırımlarda uygulanabilecek farklı portföy değiştirme stratejilerini incelemektedir. Çalışmada oluşturacak portföyler sektörde yer alan firmalar üzerinde eşit ağırlıklı olacak yatırımlar ve borç piyasası yatırımları arasında portföy seçimine dayanmaktadır. Yatırım stratejilerinden elde edilen sinyaller doğrultusunda portföy içeriği pay senedi piyasası ile borç araçları piyasası arasında değişim öngörülebilmektedir. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular gelecek portföy performanslarının tahmin edilmesi konusunda önemli bulgular sunabilecektir.

Analiz edilen stratejiler, para politikası kararları, momentum ve büyük fiyat değişimlerini esas almaktadır. Borçlanma piyasası ile pay senedi piyasası arasında portföy geçişleri yapılması incelenen stratejilere göre önerilmektedir. Gezi ve rekreasyon sektöründeki şirketlerin ekonomideki döngüsel değişikliklere duyarlı olması ve daha yüksek pazar beta değerlerine sahip olması nedeniyle karlı portföy değiştirme stratejilerinin ortaya çıkması beklenmektedir.

Pay senedi fiyatları çok yakından izlenmeli ve hassas ekonomi koşulları içerisinde değerlendirilmelidir. İskonto edilmiş nakit akımları modeline göre pay senedi fiyatları gelecekteki nakit akımlarının bugünkü değerini göstermektedir. Para politikası; reel ekonomi ile tüketim harcamalarını ve yatırım harcamalarını etkilemesi dolayısıyla bağlantılıdır. Para politikası bu durumda pay senedi fiyatları üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır.

Ahmad ve Adaoglu (2019)'da belirtildiği üzere gezi ve rekreasyon sektörü şirketlerin yüksek kaldıraç, risk, ve sermaye yoğunluğunun mevcut olduğu sektörlerdir. Bu sektörde yüksek rekabet ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu bağlamda, gezi ve rekreasyon sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin temel karakter özellikleri, finansa alanındaki teori ve uygulamaların araştırılmasında fayda sağlamaktadır. Gezi ve rekreasyon sektörü karakteristik özellikleri nedeniyle finans alanında özel olarak incelenmektedir.

Cave vd., (2009) ülkelerde gezi ve rekreasyon sektörlerine olan yatırımların sektörün pay senetlerinin risk ve getiri özelliklerine bağlı olduğunu vurgulamıştır. Elde edilen bulgulara

göre fon akımları ülkeler arasında belirli risk düzeyinde en yüksek getiriye sağlayan gezi ve rekreasyon sektörü pay senetlerine yönelmektedir. Bunun sonucunda, ülkelerde gezi ve rekreasyon sektöründe ekonomik büyüme ve istihdam artmaktadır. Bu nedenle araştırma sonucunda elde edilecek bulgular önem taşımaktadır. Düşük risk düzeyinde yüksek karlılık sağlayan stratejilerin ortaya konulması gezi ve rekreasyon sektörü pay senetlerine olan yatırımları arttıracaktır, böylece sektörün büyümesine ve gelişimine katkı sağlanabilecektir.

Ioannidis ve Kontonikas (2008)'e göre genişleyici olmayan para politikaları iskonto oranlarının yükselmesinde ve gelecek nakit akımlarının azalmasında önemli bir role sahip olmaktadır. Bu durumda pay senedi fiyatlarında düşüş gerçekleşebilmektedir. Genişleyici para politikaları ise faiz oranlarında düşüş ile birlikte artan ekonomik aktivitelere ve yüksek işletme kazançlarına yol açmaktadır. Öyleyse, pay senedi piyasası katılımcılarının para politikası kararlarına bağlı olarak oluşturulabilecek stratejileri takip etmeleri faydalı olabilecektir

Shen (2003) çalışmasında yatırımcıların finansal piyasalarda klasik olarak çeşitlendirilmiş portföyler oluşturarak uzun pozisyon alma stratejisini izlediğini ortaya koymuştur. Tek bir pay senedi yatırımları ise ancak beklenen risk/getiri faydası olarak uygun olduğunda önerilmektedir. Yatırımlarda zamanlama stratejileri ise piyasalar etkin olduğunda anlam ifade etmediğinden tercih edilmemektedir. Ancak, portföy dağılımını değiştirmeyi öneren stratejiler ile yatırımcılar kazanç sağlayabilmekte ve faydalarını maksimize edebilmektedir. Bu tür bir strateji aktif piyasa zamanlaması stratejilerinden farklı değerlendirilmelidir. Aslında satın al ve elde tut stratejisinin bir tür modifikasyonu olmaktadır. Pay senedi fiyatları temel göstergeleri genelde yansıtıyor olsa da bazı zamanlarda fiyatlar temel değerlerden sapma göstermektedir.

Chen (2009) pay senedi piyasasının doğru bir şekilde tahmin edilebilmesi konusuna uzun yıllardır yoğun ilgi gösterildiğini belirtmiştir. Kamuya açıklanmış bilgilerin başarılı olarak kullanılması yarı güçlü piyasa etkinliğinin ihlal edilmiş olduğu anlamına gelmektedir. Finansal tablo göstergeleri ve makro-ekonomik veriler pay senedi piyasa hareketlerinin izlenmesinde yardımcı olmaktadır. Ekonomik veriler gelecekteki tüketimi ve yatırım fırsatlarını gösterdikleri için pay senedi piyasası davranışlarını belirlemede anahtar role sahiptir.

Chow ve Hu (2004)'deki açıklamalara göre pay senedi getirilerinin firmaların temel göstergelerine bağlı olarak çapraz kesitte tahmin edilmesi ve geçmiş fiyat hareketlerinin ön görülerde kullanılması finans alanında kapsamlı olarak araştırılan konular arasında yer almaktadır. Yatırımcıların karlı stratejiler oluşturması amaçlanmaktadır. Varlıkların yeniden

dağıtım süreçleri ile pozitif getiriler elde edilebilmektedir. Geçmiş fiyat hareketleri ve firma temel göstergelerine dayanan anomaliler bu amaçla kullanılmaktadır. Eş zamanlı olarak varlık portföyleri satılarak diğer bir piyasa varlık portföyüne yatırım yapılması ile faiz oranı üzerinde getiriler sağlayabilmektedir.

Rolph ve Shen (2009)'daki bulgular yatırım stratejilerinin geçerliliğini araştıran regresyon analizlerinde çok fazla anlamlı sonuçlar sağlanmadığını göstermektedir. Bunun nedeni piyasa getirilerine dayalı regresyon analizlerinin zayıf açıklama gücüne sahip olması ve elde edilen bulguların ekonomik anlamlılığını saptamanın zorlaşmasıdır. Ancak, çeşitli göstergeler piyasa hareketlerinin tahmininde başarılı bir şekilde kullanılabilir. Piyasa göstergelerine bağlı olarak oluşturulacak yatırım stratejileri benchmark olarak kullanılabilir. Klasik satın al ve elde tut stratejisine göre daha yüksek getiriler ortaya çıkarabilmektedir. Gropp (2004)'de finansal piyasalarda varlıkları etkileyecek bilgilerin etkin olarak fiyatlara yansımaları dolayısıyla tahmin edilebilirliğin zorlaştığı ifade edilmektedir. Ancak yeni akademik çalışmalar bu durumu sorgulamaktadır. Akademik çalışmalarda otokorelasyon ve ortalamaya dönme gibi etkilerin piyasa tahmin edilebilirliğini sağladığına dair kanıtlar sunulmaktadır.

Arshanapalli vd. (2007)'e göre araştırmacılar ve piyasa katılımcıları piyasa zamanlaması stratejilerini potansiyel değer yükseltme araçları olarak kullanmaya odaklanmaktadır. Bu tür stratejilerin başarısı varlık fiyatlarındaki etkin olmayan durumların tespitine bağlı olmaktadır. Aktif varlık stratejilerinde yatırım portföyündeki fırsatların değişmesi sonucunda portföy bileşimi değiştirilmektedir. Portföy değişimlerinde genellikle ikili bir yaklaşımla riskli bir varlık grubundan risksiz bir varlık grubuna geçilmesi önerilmektedir.

Araştırmada, gezi ve rekreasyon sektörü üzerine yatırımlarda uygulanabilecek stratejilerin performans sonuçlarının tespit edilmesi ve tespit edilen performansların karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Araştırma bulguları sonucunda gezi ve rekreasyon sektörü yatırımlarında nasıl bir strateji izlemenin doğru olacağı anlaşılabilir. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular yatırımlarda izlenebilecek stratejilerin karlılığını yani piyasa anomalilerinin varlığını araştıran çalışmalara yönelik destekleyici bilgiler sunacaktır. Literatürde yatırım stratejilerinin ayrı ayrı ele alındığı görülmektedir. Farklı yatırım stratejilerinin birlikte ele alınarak karşılaştırılması faydalı olacaktır. Çalışmada ilgili literatürdeki araştırmalar açıklandıktan sonra araştırmanın amacı ile veri ve yöntemi hakkında bilgilere yer verilecektir. Bulgular başlığı altında analiz sonuçları ortaya konulacak ve sonuç ile değerlendirme aşamasına geçilecektir.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Gezi ve rekreasyon sektörü üzerine yapılan pay senedi piyasası araştırmalarının literatürde sınırlı olarak yer aldığı görülmektedir. Momentum faktörü, para politikası kararları ve büyük fiyat değişimleri stratejileri literatürde yer alan birçok araştırmada anlamlı olarak uygulanabilecek yatırım stratejileri arasında yer almaktadır. Literatür taramasında yatırım stratejilerinin geçerliliğini araştıran çalışmalara yer verilecek böylece araştırma sonucunda elde edilen bulguların literatür ile uyumluluğu ve katkısı görülebilecektir. Pay senedi piyasası ve yatırım stratejileri alanındaki araştırmalarda kısıtlı kalan gezi ve rekreasyon sektörü çalışmaları da literatür taramasında incelenecek bu sayede ilgili literatürün genel çerçevesi hakkında bilgi sahibi olunabilecektir.

Gumanti vd. (2018) pay senedi piyasasında gezi ve rekreasyon sektörü üzerine araştırma gerçekleştirmişlerdir. Sektörde yaşanabilecek önemli bir olayın tüm firmaları etkileyebileceğine dikkat çekilmiştir. Bu amaçla oluşturulan olay çalışmasında uçak kazaları sonucunda sektöründe verdiği pay senedi piyasası reaksiyonu incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre anormal getiriler olay sonrasında düşmekte ancak anlamlı anormal getiriler elde edilmemektedir. Andrikopoulos vd. (2016) finansal açıklık üzerinden pay senedi piyasasında işlem gören gezi ve rekreasyon sektörü firmalarını analiz etmişlerdir. Finansal kaldıraç, işletme büyüklüğü, ortaklık yoğunluğu ve karlılığın sektörde finansal açıklık ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Sevil ve Polat (2015) gezi ve rekreasyon sektöründe pay senetlerinin fiyatını etkileyen makro-ekonomik faktörleri incelemişlerdir. Enflasyon oranı, faiz oranlarının vade yapısı faktörü ve tüketim harcamaları sektörde pay senedi fiyatlarını etkileyen değişkenler olarak görülmüştür. Para arzı ve gayri safi milli hasıla değişkenlerinin gezi ve rekreasyon sektörü pay senetleri üzerinde anlamlı bir etki oluşturmadığı sonucuna varılmıştır.

Polat, Turker ve Kose (2016) büyük fiyat değişimlerinin etkisini Borsa İstanbul'da spor endeksi ve bankacılık sektörü üzerinde araştırmışlardır. Büyük fiyat değişimlerini kullanarak %2,5 anormal getiri sağlanabileceğini ortaya koymuşlardır. Bu bulgu ancak spor endeksi için geçerli olarak görülmüştür. Bankacılık sektöründe gerçekleştirilen uygulamada anormal getiri ortaya çıkmadığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak bankacılık sektöründeki firmalarda piyasa etkinliğinin geçerli olduğu ve incelenen yatırım stratejisinin fayda sağlamadığı gösterilmiştir.

Al-Najjar (2017) çalışmasında borsa da işlem gezi ve rekreasyon sektörü firmaları arasında CEO tazminatlarını ve kurumsal yönetim ilişkisini araştırmıştır. CEO tazminatları ile

yönetim kurulu büyüklüğünün negatif ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Yönetim kurulunu bağımsızlığı ise pozitif ilişkilidir. Kurumsal yönetimin CEO'ların aldıkları ücretleri etkilediğini ortaya koymuştur.

Balvers vd. (2000) yatırımcılara faiz oranı üzerinde getiriler sağlayabilecek ortalamaya dönme etkisini araştırmışlardır. Ortalamaya dönme varlık fiyatlarının trend çizgisine geri dönmesi olarak tanımlanmaktadır. Çalışmada uygulanan portföy değiştirme stratejilerinin başarısı ekonomik anlamlılığı ifade edecektir. Zıtlık stratejileri gibi diğer getiri tahmini yöntemleriyle karşılaştırmalar gerçekleştirilebilecektir. Analizde oluşturulan ortalamaya dönmeye dayalı strateji parametrik zıtlık stratejisi olarak adlandırılmaktadır. Bulgular sonucunda ortalamaya dönme stratejisinin incelenen diğer klasik zıtlık stratejisi, satın al ve elde tut stratejisi ve rassal yürüyüş stratejilerine göre başarılı olduğu anlaşılmıştır.

Balwers ve Wu (2002) ülkelerin pay senedi endekslerini dünya genel bileşeni ve ülkeye özel bileşen olarak ayırmıştır. Gerçekleştirdikleri analizler ülkelerin çoğunlukla dünya eğiliminin tersine hareket ettiğini tespit etmiştir. Ülkeye özel bileşeni, uzun vadede ortalamaya dönme ve kısa vadede momentum etkilerini göstermektedir. Bu iki etkinin beraber bulunmasını çalışma aşırı tepki hipotezi ile açıklamaktadır. Bu etkileri kullanılarak oluşturulacak basit bir yatırım stratejisi faiz oranı üzerinde getiriler sağlayabilmektedir.

Kim ve Ryu (2015) farklı ülke pay senedi piyasalarında ortalama dönme davranışını incelemiştir. Fransa, Almanya, İngiltere ve ABD endekslerinde güçlü ortalamaya dönme etkileri tespit edilmiştir. Portföy değiştirme stratejileri ile uygulama sonuçlarının doğruluğu test edilmiştir. Varlık fiyatlarında ortalamaya dönme davranışı karlı yatırım stratejiler oluşturmada kullanılabilir. Zıtlık stratejilerinin uygulanması fiyatlarda ortalamaya dönme söz konusu olduğunda mümkün hale gelmektedir. İyi performans göstermiş pay senetlerinin satılması ve kötü performans göstermiş pay senetlerinin satın alınması ile zıtlık stratejisi izlenebilmektedir. Ters durum da ise momentum stratejileri kullanılabilir. Bu durumda ortalamadan sapmalar kalıcı olabilmektedir.

Simon (2002) gayrimenkul piyasası menkul kıymetleri üzerine araştırmada bulunmuştur. Uygulama sonucunda gayrimenkul piyasası yatırım araçlarında fiyatların ortalamaya dönme yönünde seyir izlemediği belirtilmiştir. Kısa ve orta vadede fiyatların momentum etkisine bağlı olarak hareket ettiği gözlemlenmiştir. İncelenen etkilere bağlı olarak oluşturulan portföy stratejileri ile elde edilen bulgular desteklenmiştir. Ortalama dönme etkisine



bağlı stratejilerin uzun vadede karlı olduğu görülse de anlamlılık düzeyleri düşük kalmıştır. Momentum etkisine dayalı stratejilerin başarısı hakkında güçlü bulgulara erişilmiştir.

Bauer vd. (2004) portföy değiştirme stratejileri ile piyasa zamanlaması gerçekleştirmenin satın al ve elde tut stratejisine göre başarısını incelemişlerdir. Piyasa zamanlaması firma büyüklüğü ve firma değeri değişkenlerine göre analiz edilmiş ve satın al elde tut stratejisinden daha başarılı olduğu saptanmıştır. Taktiksel piyasa zamanlaması kısa vadeli piyasa yönü tahminine olanak sağlamaktadır. Elde edilen bulgular düşük işlem maliyeti koşullarında geçerli olmaktadır. İşlem maliyetlerinin yükseldiği durumlarda ise kazanç elde etmek zorlaşmaktadır.

Gropp (2004) parametrik zıtlık stratejisini kullanarak oluşturduğu portföyleri klasik zıtlık ile satın al ve elde tut stratejisine göre karşılaştırmıştır. Parametrik zıtlık stratejisine dayalı portföy değiştirme stratejilerinin faydası sorgulanmıştır. Elde edilen bulgular klasik yatırım stratejilerinin araştırılan parametrik zıtlık stratejileri vasıtasıyla geçilebildiğini göstermiştir. Fiyatların geçici şoklardan sonra temel düzeylerine geri döndüğü tespit edilmiştir.

Basistha ve Kurov (2008) FED politika faizinin pay senedi getirileri üzerinde ekonomik iş döngüsü değişimleri ve kredi koşulları vasıtasıyla etkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Kredi koşullarında kısıtlayıcı politikalar söz konusu olduğunda ya da ekonomi durgunluk içerisine girildiğinde para politikası kararlarının etkisi artmaktadır. Finansal olarak zorluk yaşayan işletmelerde para politikasının etkisi daha fazla görülmektedir.

Chow ve Hu (2004) yaptıkları analizde ABD piyasası için değer ve momentum etkilerini geçerliliğini kanıtlamışlardır. Firma büyüklüğü etkisi anlamlı bulunmamıştır. Ters piyasa stratejileri çalışmada güçsüz olarak görülmüştür

Ioannidis ve Kontonikas (2008) çalışmasında ekonomideki parasal koşulların yatırımların istenen getiri oranında önemli etkilerine sahip olduğuna dair kanıt sunmuştur. Bu durum farklı getiri tanımlamaları için de geçerli olmaktadır. Analizde incelenen ülkelerin birçoğunda veriler nominal, reel, kar payına göre ayarlanmış ve kar payına göre ayarlanmamış getiri tanımlamalarında anlamlı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Çalışma, para politikasının etkilerini incelerken verilerde normal dağılmama ve ülkeler arası birlikte hareketler konularında da araştırmalara yer vermiştir. Araştırmanın temel bulgusu olan genişlemeci para politikası uygulamalarının pay senedi piyasasını güçlendireceği görüşü uygun bir şekilde kanıtlanmıştır. Pay senedi piyasası finansal piyasalar içerisinde büyük öneme sahiptir. Elde edilen bulgular pay senedi piyasası ile para politikası arasında ilişki kurmaktadır.

Shen (2003) gerçek zamanlı veriler üzerinde satın ve elde tut stratejisini geçebilecek piyasa zamanlaması stratejileri üzerinde araştırmalarda bulunmuştur. Odaklanılan strateji piyasa endeksi kazanç/fiyat oranı ve faiz oranları arasındaki farka dayanmaktadır. Aradaki fark azaldıkça piyasanın düşüş gösterme ihtimali artmaktadır. Bu durum bir portföy değiştirme stratejisi olarak kazanç sağlayabilmektedir. Faiz oranları ile pay senedi piyasası kazanç/fiyat oranları arasındaki fark belirli bir eşiği geçmedikçe pay senedi yatırımları cazip olmaktadır. Çalışma portföy değiştirme stratejilerinin yüksek ortalama getiriler ve düşük varyanslar ile başarılı sonuçlar verdiğini göstermektedir. Bu şekilde piyasa endeksine yapılacak uzun pozisyon yatırımlarından daha iyi sonuçlar alınmaktadır. Kazanç/fiyat oranları düşüş gösterdiğinde piyasadaki firma değerlerinin fazlaca yükseldiği söylenebilmektedir. Bu oranın faiz oranı ile arasındaki farkı azaldığında pay senedi piyasalarının düşüşe geçebileceği öngörülebilmektedir. Çalışma aylık pay senedi piyasası getirilerini analiz etmiş ve negatif pay senedi getirilerinin öngöröldüğü şekilde gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. Pay senedi piyasasından geçici olarak çıkarak satın al ve elde tut yatırım biçimine ara verilmesi faydalı olabilecektir. İzlenecek portföy değiştirme stratejisinin daha iyi riske göre uyarlanmış getiriler sunduğu görölmektedir ve Sharpe oranları satın al ve elde tut yatırımlarına göre daha iyi sonuçlar vermektedir.

Chen (2009) ayı piyasasını tahmin etmenin piyasa dalgalanmalarında katılımcıların zamanlama stratejileri oluşturmasında fayda sağlayabileceği konusunu araştırmıştır. İşlem maliyetlerinin olmadığı varsayımı ile portföy değiştirme stratejisi ve benchmark olan satın al elde tut stratejisi arasında karşılaştırma yapılmıştır. Ayı piyasasının gerçekleşme ihtimali %30'un üzerine çıktığında pay senedi piyasasından çıkılarak tahvil piyasasına girilmesi öngörülmektedir. Analizde 40 yıllık bir periyotta 1 dolardan başlayan yatırımların son değerlerine bakılmış ve satın al ve elde tut stratejisinin portföy değiştirme stratejisine göre daha düşük değere ulaştığı görölmüştür. Ayı piyasası gerçekleşme olasılıklarına bağlı olarak oluşturulan portföy değiştirme stratejilerinde aylık ortalama getirilerde de daha yüksek kazançlar sunulmaktadır. Çalışma ayı piyasalarını tahminde faiz oranı farkları, enflasyon oranları, para arzları, üretim çıktıları, işsizlik oranları, fonlama oranları, devlet borçlanması ve döviz kuru göstergelerini birbirinden bağımsız olarak kullanmıştır. Enflasyon ve faiz oranlarının vade primi farklılıkları pay senedi piyasası durgunluklarını tahmin etmede en çok fayda sağlayan göstergeler olarak saptanmıştır.

Rolph ve Shen (2009) Kazanç/fiyat oranı ile faiz oranı arasındaki farkın yatırımlarda kullanılabilirliği üzerine analiz gerçekleştirilmiştir. Farkların piyasa katılımcıları tarafından

boğa piyasası tahminlerinde sıklıkla kullanıldığına dikkat çekilmiştir. Ancak, kamuya açıklanan bilgileri kapsayan bu tür göstergelere etkinlik varsayımını kabul eden akademik çalışmalarda ilgi gösterilmemektedir. Analizde üç aylık hazine bonoları ve 10 yıllık tahvil faizleri ABD piyasasında analiz edilmiş ve kısa vadeli faiz oranının daha uygun sonuçlar verdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Kazanç/fiyat oranları ile faiz oranları arasındaki farklara dayalı olarak portföy değiştirme stratejilerinin satın al ve elde tut stratejisine göre daha fazla kazanç sağladığı tespit edilmiştir.

Arshanapalli vd. (2007) makro ekonomik ve firma temelli verileri kullanarak piyasa zamanlaması stratejisi oluşturmuşlardır. Araştırmalarında farklı piyasalar arasında rotasyon stratejilerini uygulamışlardır. Satın al ve elde tut stratejisine göre önemli derecede karlılık artışı sağlamışlardır. Stratejilerden elde edilen getiriler işlem maliyetlerini de karşılamaktadır. Çalışma çoklu varlık sınıflarını incelemesi ve makro-ekonomik veriler ile firma temel göstergelerini ele alan bir endeksi gösterge olarak alması nedeniyle özgünlüğe sahiptir. Çalışmada oluşturulan portföylerin ulaştıkları en son değerler de karşılaştırılarak incelenen portföy değiştirme stratejisinin başarılı olduğu görülmüştür.

### **3. VERİ VE YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Çalışmanın amacı, Türkiye'deki Gezi ve Rekreasyon Sektörü endekslerine yapılan yatırımlarla ilgili uygulanabilecek farklı portföy değiştirme stratejilerinin performanslarını karşılaştırmaktır. Oluşturulan stratejiler çeşitli sinyallere göre pay senedi yatırımları ile borç piyasası yatırımları arasında portföy değişimini önermektedir.

#### **3.2. Veriler**

Araştırmada, gezi ve rekreasyon sektörü endeksinde pay senedi yatırımları araştırılmıştır. Araştırmada 2011-2017 yılları arasındaki aylık verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Veriler DataStream veritabanı aracılığıyla temin edilmiştir. DataStream veri tabanında yer alan gezi ve rekreasyon sektörü firmalarının pay senetleri verileri üzerinden sektör endeksi türetilmiştir. İncelenen stratejiler araştırma dönemi boyunca değişen sinyaller doğrultusunda bu endeksin portföyde yer almasını ya da borç piyasasına geçilmesini ön görecektir. Araştırmada, borç piyasası göstergesi olarak Borsa İstanbul'un repo-ters repo pazarı verileri ele alınmıştır.

### **3.2. Araştırmanın Yöntemi**

Analizde; literatürde yer alan ve başarılı olarak görülen üç adet sinyale dayalı stratejiler test edilecektir. Bunlar, momentum faktörüne, para politikası kararlarına ve büyük fiyat değişimlerine dayalı sinyalleri esas almaktadır.

Birinci sinyal, momentum faktörüne dayalı stratejiyi tanımlamaktadır. Pay senedi getirilerinde negatif değişiklikler ve fiyat sürekliliği stratejilerine dayanmaktadır. Borsada olumsuz performanslar ortaya çıktığında ve pay senedi fiyatları artış yönünde genel eğilim göstermediğinde borç piyasasının daha avantajlı olabileceği beklenmektedir.

İkinci sinyal, merkez bankası politika kararlarında iskonto oranı değişikliklerinin sinyallerini izlemektir. Genişleyici olmayan politika dönemlerinde borç yatırımları avantaj sağlamaktadır. Para politikası kararlarına dayalı stratejiyi göstermektedir.

Üçüncü sinyal pay senedi fiyatlarında yaşanan değişimlerinin büyüklüğünün kısa vadeli öngörülebilirlik açısından yararlı bilgiler içerdiğini kanıtlayan çalışmalara göre oluşturulmuştur. Böylelikle, pay senedi fiyatlarında yaşanan anlık büyük miktardaki negatif değişimler borç piyasasına geçiş sinyali olarak kabul edilmekte, büyük fiyat değişimlerine dayalı stratejiyi ifade etmektedir.

Çalışmada incelenen stratejiler üç adet benchmark ile karşılaştırılmıştır. Bunlar borsa genel endeksi (BIST30), Gezi ve Rekreasyon Sektörü endeksi ile BIST repo ters repo pazarı olmaktadır. Bunlar, yatırımcıların uygulayabileceği satın al ve elde tut stratejilerinden elde edilen getirileri temsil etmektedir.

Araştırmada karşılaştırma amacıyla Sharpe (1966), Treynor (1965) ve Jensen (1968) çalışmaları doğrultusunda ortaya çıkmış olan Sharpe, Treynor ve Jensen performans ölçütleri kullanılmıştır. Bu ölçütler finans alanında performansın ölçülmesine olanak tanıyan genel kabul görmüş araçlardır. Bhalla, (2008)'deki açıklamalara göre Sharpe ölçütü beta katsayısını, Treynor ölçütü standart sapmayı, Jensen ölçütü ise Sermaye Varlıkları Fiyatlandırma Modelindeki alfa'yı esas almaktadır. Analiz sonucunda araştırmada test edilen yatırım stratejilerinin performansı ortaya konulacak ve karşılaştırmalar gerçekleştirilecektir.

Bodie vd. (2003)'de belirtildiği üzere Sharpe ölçütü portföyün faiz oranı üzerindeki getirisinin portföyün standart sapmasına olan oranıdır. Treynor ölçütü ise portföyün faiz oranı üzerinde getirisinin portföyün beta katsayısına oranlanmasını ifade eder. Jensen ölçütü ise portföyün alfa katsayısıdır ve CAPM ile tahmin edilen ortalama getiriden farklılığı göstermektedir.

$$\text{Sharpe Ölçütü} = \frac{\bar{r}_p - \bar{r}_f}{\sigma_p}$$

$$\text{Treynor Ölçütü} = \frac{\bar{r}_p - \bar{r}_f}{\beta_p}$$

$$\text{Jensen Ölçütü} = \bar{r}_p - \left[ \bar{r}_f + \beta_p (\bar{r}_m - \bar{r}_f) \right]$$

Formülde simgelerin üzerinde çizgi ortalamaların dikkate alındığını açıklamaktadır.  $\bar{r}_p$  ve  $\bar{r}_f$  portföyün getirisi ile risksiz getiri oranını ifade etmektedir.  $\sigma_p$  portföyün sahip olduğu standart sapmayı göstermektedir.  $r_m$  ve  $\beta_p$  piyasa getirisi ve portföy beta katsayısını açıklamaktadır.

#### 4. BULGULAR

Tablo 1’de araştırmada yer alan yatırım portföylerine dair tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir. Buna göre momentum faktörüne, para politikası kararlarına ve büyük fiyat değişimlerine bağlı olarak oluşturulan aktif stratejilerin benchmark olarak bulunan diğer satın ve elde tut stratejilerine göre daha fazla ortalama getiri sağladığı görülmektedir.

**Tablo 1.** Tanımsal İstatistikler

Tanımsal İstatistikler	Momentum faktörüne dayalı strateji getirileri	Para Politikası kararlarına dayalı strateji getirileri	Büyük fiyat değişimlerine dayalı strateji getirileri	Gezi ve Rekreasyon Sektörü Endeksi getirileri	BIST 30 Endeksi getirileri	Borsa İstanbul repo- ters repo piyasası getirileri
<b>Ortalama</b>	0.010511	0.009573	0.012976	0.00133	0.003878	0.007509
<b>Medyan</b>	0.008167	0.008917	0.008375	-0.00422	0.006928	0.007659
<b>Maksimum</b>	0.273514	0.273514	0.227656	0.300278	0.125622	0.010358
<b>Minimum</b>	-0.2619	-0.14401	-0.14401	-0.2619	-0.15298	0.004042
<b>Standart Sapma</b>	0.081059	0.059006	0.048233	0.116646	0.0533	0.001717
<b>Toplam</b>	0.735764	0.670079	0.90833	0.093079	0.271427	0.525664

Tablo 2.’de yatırım portföylerinin 2011-2017 yılları arasında ulaştıkları değerler karşılaştırılmıştır. 2011 yılındaki portföyün başlangıç değeri 100 olarak kabul edilmiştir. 2017

yılına gelindiğinde büyük fiyat değişimlerine dayalı stratejinin 228.8899 değerine ulaşarak en yüksek değeri sağladığı anlaşılmıştır.

**Tablo 2.** 2011- 2017 Yıllarında Portföylerin Ulaştığı Son Değerler

2011- 2017 Yıllarında Portföylerin Ulaştığı Son Değerler	Momentum faktörüne dayalı strateji	Para Politikası kararlarına dayalı strateji	Büyük fiyat değişimlerine dayalı strateji getirileri	Gezi ve Rekreasyon Sektörü Endeksi	BIST 30 Endeksi getirileri	Borsa İstanbul repoters repo piyasası
Portföyün Ulaştığı Değer	166.1928	173.6884	228.8899	68.66037	118.8214	168.8094

Çalışmada çeşitli sinyallere dayanan portföy değiştirme stratejilerinin başarısı belirlenmek istenmiştir. Ayrıca, uygulanabilecek stratejiler arasında da karşılaştırmalarda bulunmak amaçlanmıştır. Bununla ilgili bulgular Tablo 3’de ifade edilmektedir. Fiyat değişimlerinde büyüklüğü esas alan portföy değiştirme stratejisi en başarılı yatırım olarak diğer aktif portföy değiştirme stratejileri ve benchmark olan satın al ve elde tut stratejileri arasında öne çıkmıştır. Karşılaştırmalar Sharpe, Treynor ve Jensen ölçütlerine göre oluşturulmuştur.

Sonuçlar, gezi ve rekreasyon sektörü endeksinde araştırılan stratejiler ile faiz oranı üzerinde getiri elde edilebileceğini göstermektedir. Geçmiş getirilerin büyüklüğünü izlemeye dayanan strateji analiz edilen diğer yatırım stratejilerinden daha yüksek getiri sunmakta, daha az risk oluşturmakta ve Treynor, Sharpe ve Jensen ölçütlerine göre daha iyi sonuçlar sağlamaktadır. Düşük beta katsayısı dolayısıyla genel piyasa ile korelasyonu olmayan getiriler elde edilebilmektedir.

Fiyat değişimlerinin büyüklüğünü esas alan strateji, performans ölçütleri ve sunduğu getiriye göre diğer stratejilere göre başarılı olmuştur. Fiyat değişimlerinin büyüklüğünü esas alan strateji’nin Treynor, Sharpe ve Jensen ölçütlerine göre de incelenen diğer yatırım alternatiflerine nazaran tercih edilmesinin gerekli olduğu saptanmıştır. İncelenen performans ölçütleri, riske göre ayarlama yapmaktadır. Fiyat değişimlerinin büyüklüğünü esas alan strateji, en fazla ortalama getiriyi sağlamanın yanı sıra riske göre de en uygun alternatiftir.

**Tablo 3.** Performans Ölçütleri

Performans Ölçütleri	Momentum faktörüne dayalı strateji getirileri	Para Politikası kararlarına dayalı strateji getirileri	Büyük fiyat değişimlerine dayalı strateji getirileri	Gezi ve Rekreasyon Sektörü Endeksi getirileri	BIST 30 Endeksi getirileri	Borsa İstanbul repoters repo piyasası getirileri
Treynor ölçütü	0.006919	0.01158	0.051714	-0.00429	-0.00251	-0.43933
Sharpe ölçütü	0.050101	0.053152	0.134593	-0.04278	-0.04651	0.641885
Jensen alfa	-0.00085	-0.00257	0.000416	-0.00846	-0.00639	-0.0053
Beta	0.586953	0.270842	0.125534	1.162733	0.985714	-0.00251
Standart Sapma	0.081059	0.059006	0.048233	0.116645	0.0533	0.001717

Bulgular; gezi ve rekreasyon sektörü yatırımcıları için izlenebilecek aktif yatırım stratejilerinin etkilerini ortaya koymuştur. Gezi ve rekreasyon sektörü pay senetlerine ilişkin finansal kararlarda piyasa sinyalleri izlenmeli ve stratejiler oluşturulmalıdır.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırma, portföy değiştirme stratejilerinin genel piyasa endeksi negatif olduğu durumda pozitif faiz oranı üzerinde getiri sağlayabileceği bilgisini sunmuştur. Aktif stratejiler uygulandığında aylık ortalama getirilerde artış sağlanmaktadır. Düşük beta katsayısıyla genel piyasa ile korelasyonu olmayan getiriler elde edilebilmektedir.

Çalışmada çeşitli sinyallere dayanan portföy değiştirme stratejilerinin başarısını belirlemek amaçlanmıştır. Ayrıca, uygulanabilecek stratejiler arasında da karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir. Fiyat değişimlerinde büyüklüğü esas alan portföy değiştirme stratejisi en başarılı yatırım stratejisi olarak diğer stratejiler arasında öne çıkmıştır. Karşılaştırmalar Sharpe, Treynor ve Jensen ölçütlerine esas alınarak gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlar, gezi ve rekreasyon pay senedi endeksinde araştırılan stratejiler ile faiz oranı üzerinde getiri elde edilebileceğini kanıtlamıştır. Büyük fiyat değişimlerini izlemeye dayanan strateji analiz edilen diğer yatırım stratejilerinden daha yüksek getiri sunmakta, daha az risk oluşturmakta ve Treynor, Sharpe ve Jensen ölçütlerinde daha iyi sonuçlar vermektedir.

Değişen piyasa koşullarında, aktif yatırım stratejileri uygulanarak kâr yaratılabilmektedir. Yatırımcılar aktif stratejiler üzerine yoğunlaşmalıdırlar. Piyasa dalgalanmalarında getirilerin artırılması için pay senetlerinden borçlanma araçlarına yapılan portföy değişimi önemli olmaktadır. Finansal alanında etkin piyasalar görüşüne göre piyasa zamanlaması yapmak yatırımcılara fayda sağlamamaktadır. Ancak araştırma sonuçlarında elde edilen bulgulara göre piyasalarda halka açıklanan bilgileri kullanarak daha fazla kazanç elde etmek mümkün olabilmektedir.

Literatürde gezi ve rekreasyon sektörü üzerinde yapılan pay senedi piyasası araştırmaları sınırlı kalmaktadır. Bu çalışmada pay senedi piyasasındaki yatırım stratejileri ile gezi ve rekreasyon sektörünün incelenmesi özgünlük ortaya çıkarmaktadır. Literatürdeki araştırmalarda yatırım stratejilerinin klasik satın al ve elde tut stratejisini geçilebileceği sorgulanmaktadır. Bu çalışmada literatür ile uyumlu olarak strateji uygulanması sonucunda yüksek getiri sağlandığını ortaya koyulmuştur. Literatürde yatırım stratejilerinin incelendiği çalışmalar mevcut olmakta ancak genellikle tek bir stratejiye odaklanılmaktadır. Araştırmada farklı stratejilerin performanslarının karşılaştırılmasının yapılması araştırmacılara ve piyasa katılımcılarına fayda sağlayacak bilgiler sunmaktadır.

Gelecekteki çalışmalarda stratejilerin oluşturulmasında farklı piyasa anomalilerinden yararlanılabilir. Böylece, literatürde yer alan piyasa anomalilerinin varlık yatırımları arasında portföy değişimi stratejilerinde kullanılabilirliği test edilebilir. Bu amaçla kullanılacak yeni piyasa anomalilerinin varlığı araştırılabilir. Çalışmanın incelediği dönem itibarıyla heterojen özellikler söz konusu olabilmektedir. Bu durum araştırmanın sınırlılığı olarak görülmektedir. Gelecek çalışmalarda farklı dönemler itibarıyla değerlendirmeler gerçekleştirilebilecektir.

Yatırım stratejilerinin karşılaştırılmasında farklı aktif stratejiler analize dahil edilebilir. Portföy değiştirme stratejilerinin hangi dönemlerde ve hangi finansal varlıklar için daha iyi sonuçlar sağladığı konusu incelenebilir. Gelecekteki çalışmalarda, yatırım stratejileri kullanılarak Türkiye borsasının sektörel karşılaştırmaları gerçekleştirilebilir. Bu araştırmada analiz edilen stratejilerde, her sinyal için tek bir yöntem temel alınmaktadır. Gelecekteki araştırmalarda her sinyal için strateji yöntemleri artırılabilir.



## **KAYNAKÇA**

- Ahmad, W., & Adaoglu, C. (2019). Cash management in the travel and leisure sector: evidence from the United Kingdom. *Applied Economics Letters*, 26(7), 618-621.
- Al-Najjar, B. (2017). Corporate governance and CEO pay: Evidence from UK Travel and Leisure listed firms. *Tourism Management*, 60, 9-14.
- Alrabadi, D. W. H., & Aljarayesh, N. I. A. (2015). Forecasting Stock Market Returns Via Monte Carlo Simulation: The Case of Amman Stock Exchange. *Jordan Journal of Business Administration*, 11(3). 745-756.
- Andrikopoulos, A., Merika, A. A., & Merikas, A. G. (2016). Financial disclosure in the travel and leisure industry. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 612-619.
- Arshanapalli, B. G., Switzer, L. N., & Panju, K. (2007). Equity-style timing: A multi-style rotation model for the Russell large-cap and small-cap growth and value style indexes. *Journal of Asset Management*, 8(1), 9-23.
- Balvers, R., Wu, Y., & Gilliland, E. (2000). Mean reversion across national stock markets and parametric contrarian investment strategies. *The Journal of Finance*, 55(2), 745-772.
- Balvers, R., & Wu, Y. (2002). Stock Market Integration, Return Forecastability and Implications for Market Efficiency: A Panel Study (No. 112002). Hong Kong Institute for Monetary Research.
- Basistha, A., & Kurov, A. (2008). Macroeconomic cycles and the stock market's reaction to monetary policy. *Journal of Banking & Finance*, 32(12), 2606-2616.
- Bauer, R., Derwall, J., & Molenaar, R. (2004). The real-time predictability of the size and value premium in Japan. *Pacific-Basin Finance Journal*, 12(5), 503-523.
- Bhalla, V. K. (2008). *Investment Management*. S. Chand Publishing.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. (2003). *Investments McGraw-Hill Irwin*.
- Cave, J., Gupta, K., & Locke, S. (2009). Supply-side investments: An international analysis of the return and risk relationship in the Travel & Leisure sector. *Tourism Management*, 30(5), 665-673.
- Chen, S. S. (2009). Predicting the bear stock market: Macroeconomic variables as leading indicators. *Journal of Banking & Finance*, 33(2), 211-223.
- Chow, K. V., & Hu, O. (2004). Conditional Mean Dominance: Testing for Sufficiency of Anomalies. Department of Economics, West Virginia University Working Papers.
- Döpke, J., Hartmann, D., & Pierdzioch, C. (2008). Real-time macroeconomic data and ex ante stock return predictability. *International Review of Financial Analysis*, 17(2), 274-290.
- Jensen, M. C. (1968). The performance of mutual funds in the period 1945–1964. *The Journal of finance*, 23(2), 389-416..
- Gropp, J. (2004). Mean reversion of industry stock returns in the US, 1926–1998. *Journal of Empirical Finance*, 11(4), 537-551.
- Gumanti, T. A. G. A., Savitri, E., Nisa, N. W., & Utami, E. S. (2018). Event Study on the Crash of Airasia Plane: A Study on Travel and Leisure Companies Listed at Malaysian Stock Market. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 20(1), 20-26.
- Ioannidis, C., & Kontonikas, A. (2008). The impact of monetary policy on stock prices. *Journal of policy modeling*, 30(1), 33-53.

- Kim, H., & Ryu, D. (2015). Measuring the speed of convergence of stock prices: A nonparametric and nonlinear approach. *Economic Modelling*, 51, 227-241.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
- Polat, A., Turker, Y., & Kose, H. (2016). Abnormal Returns after Large Increases in Stock Prices. A Comparison between Turkish Sport Index and Turkish Banks. *Business, Management and Economics Research*, 2(11), 180-185.
- Rolph, D. S., & Shen, P. (1999). Do the spreads between the E/P ratio and interest rates contain information on future equity market movements?. Research Division, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Sevil, T., & Polat, A. (2015). Macro-economic determinants of travel and leisure sector: A co-integration analysis from Turkey. *Res. J. Finan. Account*, 6, 213-223.
- Sharpe, W. F. (1966). Mutual fund performance. *The Journal of business*, 39(1), 119-138.
- Shen, P. (2003). Market timing strategies that worked. *The Journal of Portfolio Management*, 29(2), 57-68.
- Simon, S. (2002). Momentum effects and mean reversion in real estate securities. *Journal of Real Estate Research*, 23(1-2), 47-64.
- Treynor, J. L. (1965). How to rate management of investment funds. *Harvard business review*, 43(1), 63-75.
- Wu, Y. (2011). Momentum trading, mean reversal and overreaction in Chinese stock market. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 37(3), 301-323.

**Citation:** Tekin B. (2019), Turizme Dayalı Büyüme Modeli İle Ekonomiye Dayalı Turizm Büyümesi Modelinin Test Edilmesi: Panel Veri Analizi, BMIJ, (2019), 7(1): 118-134 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1049>

## TURİZME DAYALI BÜYÜME MODELİ İLE EKONOMİYE DAYALI TURİZM BÜYÜMESİ MODELİNİN TEST EDİLMESİ: PANEL VERİ ANALİZİ

Bilgehan TEKİN<sup>1</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 17/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 28/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmada turizm temelli ekonomik büyüme modeli ile ekonomi temelli turizm büyümesi modellerinin geçerliliği dünyanın en fazla turist çeken ülkeleri ve bölgeleri dikkate alınarak geniş çapta test edilmeye çalışılmıştır. Bu yapılırken ihmal edilen değişken sorununu azaltmak için finansal gelişmenin turizm ve ekonomik büyüme ile ilişkilerine de yer verilmiştir. Çalışma 1995-2016 dönemi yıllık verilerini kapsamaktadır. Çalışmada yer verilen ülkeler ve bölgeler, ABD, Avusturalya, Birleşik Krallık, Çin, Euro Bölgesi, Japonya, Tayland ve Türkiye'dir. Çalışmada rassal etkiler modeli ile panel veri analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda uluslararası turizm gelirleri ile ekonomik büyümenin karşılıklı ilişki içerisinde oldukları tespit edilmiştir. Sonuçlar ülkelerin uluslararası turizm gelirleri ile ekonomik büyümlerinin karşılıklı ilişki içerisinde bulunduğunu ve bu ilişkinin daha çok ekonomiye dayalı turizm büyümesi hipotezini desteklediğini göstermektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Gelirleri; Ekonomik Büyüme; Finansal Gelişme; Panel Veri Analizi

**JEL Kodları:** L83, O40, Z32

## ANALYSIS OF THE TOURISM –LED GROWTH MODEL AND THE ECONOMY BASED TOURISM GROWTH MODEL: PANEL DATA ANALYSIS

### ABSTRACT

*In this study, the validity of the tourism-led growth hypothesis and economy based tourism growth models have been tried to be tested by taking into consideration the countries with the highest international tourism receipts and regions of the world. In order to reduce the problem of variable neglected during this process, relations of tourism and economic growth with financial development are also included. The study covers annual data for the period 1995-2016. The study places the countries and regions, USA, Australia, United Kingdom, China, Euro Zone, Japan, Thailand and Turkey. Panel data analysis with random effects was used in this study. As a result of the study, it is determined that international tourism revenues and economic growth are in mutual relation. The results show that the countries' international tourism receipts and their economic elders are in reciprocal relations, and this relationship supports the hypothesis of the economy-based tourism growth.*

**Keywords:** Tourism Receipts; Economic Growth; Financial Development; Panel Data Analysis

**JEL Codes:** L83, O40, Z32

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, [btekin@karatekin.edu.tr](mailto:btekin@karatekin.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-4926-3317>

## 1. GİRİŞ

Ekonomik büyüme, akademik alanda üzerinde oldukça sık durulan önemli çalışma konularından biridir. Geleneksel yöntemlerle hesaplanan ekonomik büyüme oranlarının, toplumun yaşam standartlarının gerçek düzeyini her durumda yansıtamayacağı yönündeki eleştirilere rağmen, ekonomik büyüme, toplumların refah düzeylerinin öncü göstergesi olmaya devam etmektedir. Klasik anlayışta ekonomik refah, tarım ve imalat sektörlerindeki büyüme ve yabancı sermaye girişiyle ilişkilendirilmiştir. Neoklasik bakış açısından ekonomik büyüme, eksojen (dışsal) ve endojen (içsel) büyüme modelleri şeklinde ikiye ayrılabilir (Pietak, 2014). Eksojen büyüme modelinin tersi, endojen büyüme modelidir. Eksojen modeller, üretim faktörlerinin üretkenliğini azaltarak neoklasik üretim fonksiyonunu kullanır. Öte yandan, endojen modellerde, üretim faktörlerinin verimliliği en azından sabittir. Neoklasik modeller ülkeler arasındaki yakınsamayı öngörür. Yaşam standartları oldukça düşük olan ekonomiler, refah standartları oldukça yüksek olan ekonomilerden daha hızlı büyürler (Pietak, 2014). Neoklasik modelde teknolojik gelişmenin, üretimdeki artışın sadece üretim faktörleri tarafından açıklanamayan payı ile ölçüldüğü varsayılmaktadır (Seyidoğlu, 2011). Neoklasik modellerin aksine, endojen modeller yakınsamayı öngörmemektedir. Örneğin, yüksek insan sermayesi stokuna sahip ülkeler, insan sermayesi eksikliği problemi yaşayan ülkelere uzun vadede daha hızlı gelişecektir (Pietak, 2014). Turizmin ekonomik büyüme üzerindeki rolü veya tersi yöndeki ilişkiler ise ekonomik büyüme modelleri içerisinde uzunca bir süre yer almamış, ekonomistlerin ve politika yapıcıların dikkatini yeterince çekmemiştir (Tang ve Tan, 2015).

Literatüre bakıldığında, ihracat, finansal gelişme, ar-ge çalışmaları gibi faktörler ile büyüme arasındaki ilişkinin sürekli olarak incelenmeye devam edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, bir çeşit ihracat kalemi olan uluslararası turizm gelirlerinin ekonomi üzerindeki etkisi de önemli bir çalışma alanıdır. Turizm, günümüzde dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir. Bu nedenle özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ve turizm potansiyeli yüksek ülkeler açısından turizm gelirleri katma değeri yüksek, önemli ve potansiyel bir büyüme faktörü olarak görülmektedir. Turizm, gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkeler için de ekonomik büyüme ve sosyo-ekonomik ilerleme bağlamında önemli bir unsurdur.

Turizm sektörünün dünyadaki durumuna bakıldığında, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün raporuna göre uluslararası turist sayısı yılda %3,3 artarak 2030 yılına kadar 1,8 milyar seviyesine ulaşacaktır. Rapora göre 2017 yılında yapılan

seyahatler %7 artarak 1,322 milyon seviyesine ulaşmıştır. Bu oranın 2010 yılından beri son yedi yılda elde edilen en yüksek büyüme rakamı olduğu belirtilmektedir. 2017 yılında en yüksek ziyaretçi artışı ise % 'lik artışla 671 milyon ziyaretçi ile Avrupa ülkelerinde olmuştur. Avrupa ülkelerini sırasıyla, %6'lık büyüme rakamıyla 324 milyon turist ile Asya Pasifik bölgesi, %3'lük artış oranıyla 207 milyon turist ile Amerika kıtası, %8'lik artış oranıyla 62 milyon ziyaretçi ile Afrika kıtası ve %5'lik artışla 58 milyon turist ile Ortadoğu ülkeleri takip etmiştir. Uluslararası turizm gelirleri ise 2017 yılında reel olarak %4,9 oranında artarak 1,340 milyar ABD doları olmuştur. Uluslararası turizm gelirleri açısından ilk 10 sırada ise sırasıyla ABD (210,7 milyar USD), İspanya (68 milyar USD), Fransa (60,7 milyar USD), Tayland (57,5 milyar USD), İngiltere (51,2 milyar USD), İtalya (44,2 milyar USD), Avustralya (41,7 milyar USD), Almanya (39,8 milyar USD), Çin (35,6 milyar USD), Japonya (34,1 milyar USD) yer almıştır (UNWTO, 2017; TUROB, 2017).

Turizm gelirleri, özellikle ihracata yaptığı katkı ve döviz kazancı sağlaması açısından, önemli bir ekonomik büyüme faktörüdür. Turizm sektörünün kalkınması, aynı zamanda diğer sektörleri doğrudan veya dolaylı yollardan pozitif etkileyecek bir unsurdur. Yarattığı çarpan etkisi, ekonomiye sağladığı döviz kazancı, yeni iş sahaları açarak sağladığı istihdam, kişi başına düşen geliri arttırmaya olan katkıları ve kamusal gelir kaynağı olması gibi nedenlerle turizm sektörü ve bu sektörden sağlanan gelirler her ülke için önemli bir ekonomik kalkınma faktörüdür. Ayrıca uluslararası turizm gelirlerinin, üretim süreçlerinde kullanılan ve ithal edilen sermaye mallarının satın alınması için yapılan döviz harcamalarına dolaylı yoldan finansman sağlaması, altyapı, insan sermayesi ve rekabet amaçlı yatırımları teşvik etmesi gibi etkileri söz konusudur (Brida ve Pulina, 2010).

Finansal gelişme, yatırım verimliliğinde, iş fırsatlarında, mal ve hizmet alış-verişinde ve teknolojik iyileştirmede sağladığı artışlar nedeniyle ekonomik büyüme ile ilişkili unsurlardan bir diğeridir (Ali, Khan ve Khan, 2018). Bu nedenle ekonomik büyümenin bir faktörü olan turizm gelirleri ile finansal gelişmişlik düzeyi arasında bir ilişki olması beklenir. Literatürde konu ile ilgili yapılmış çalışmaların bulgularına göre finansal gelişmişlik faktörleri ile turizm göstergeleri arasında etkileşim söz konusudur (Ridderstaat ve Croes, 2015; Papatheodorou ve diğ., 2010; Başarır ve Çakır, 2015; Ohlan, 2017).

Bu çalışmada yukarıdaki olgulardan hareketle turizm geliri en yüksek 7 ülke ile Euro bölgesinde uluslararası turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ve finansal gelişmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Hızla küreselleşen dünyada, ekonomik faaliyetlerin artık ülke sınırlarının dışına taşması nedeniyle geleneksel teorilerin küresel ölçekte ele alınması

gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada literatürde yer alan turizm-büyüme modellerinin geçerliliği küresel çapta test edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada 1995-2016 yılları arası yıllık veriler kullanılmıştır. Analiz yöntemleri olarak panel veri analizi kullanılmıştır. Çalışmada turizm temelli ekonomik büyüme hipotezi ve ekonomik büyüme temelli turizm büyümesi hipotezlerinin küresel anlamda geçerliliği ve finansal gelişmişlik seviyesi ile turizm gelirleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmanın bir diğer amacı, gerçek dünyadaki ilişkileri ekonometrik modeller yardımıyla daha iyi açıklayabilmek ve önceki çalışmaların bulgularından oluşan literatüre farklı boyutlarda katkı sağlamaktır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Ekonomileri içerisinde turizm sektörünün belirgin olarak önemli bir rol oynadığı ülkelerde, turizm sektörü gelişimi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştıran çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan ilki turizm ve ekonomik büyüme arasındaki bağlantıyı deneysel bir bakış açısıyla inceleyen Ghali (1976) tarafından gerçekleştirilmiştir. Sonraki süreçte Oh (2005) ve Cortés-Jiménez ve Pulina (2006) tarafından yapılan çalışmalarda, ekonomik büyümenin turizm sektörünün büyümesini beraberinde getirdiği ve bunun sebebinin yüksek büyüme oranlarına sahip ülkelerin birçok iş ve çalışma fırsatlarına sahip olması olduğu belirtilmiştir (Lean ve Tang, 2010). Buna karşın aynı dönemlerde yapılan diğer birçok çalışmada turizm sektörü büyümesinin ekonomik büyümeyi beraberinde getirdiğine dolayısıyla turizme dayalı ekonomik büyüme hipotezinin geçerli olduğuna dair bulgular elde edilmiştir (Balaguer ve Cantavella-Jordá, 2002; Gündüz ve Hatemi-J, 2005). Teorik anlamda turizme dayalı büyüme hipotezi, ekonomik büyümenin yalnızca bir ekonomideki emek ve sermaye miktarını artırarak değil, aynı zamanda ihracatı artırarak üretilebileceğini öne süren ihracata dayalı büyüme hipotezinden türetilmiştir (Brida, Cortés-Jiménez ve Pulina, 2016).

Literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, bu çalışmaların genel olarak homojen veri setleri yani tek bir ülke verilerinden hareketle yapıldıkları dikkati çekmektedir. Örneğin, Balaguer & Cantavella-Jorda (2002), İspanya'nın uzun dönem ekonomik kalkınmasında turizmin rolünü incelemişlerdir. Çalışmada turizm temelli büyüme modeli test edilmiş ve İspanya'daki ekonomik büyümenin uluslararası turizmin genişlemesine bağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dritsakis (2004) ise Yunanistan'ı temel alarak yaptığı çalışmada gayri safi milli hasıla, reel efektif döviz kuru ve uluslararası turizm kazançlarının Yunanistan'ın uzun vadeli ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini nedensellik ve eşbütünleşme analizleri ile incelemiştir. Çalışmada 1960 yılı I. çeyrek–2000 yılı IV. çeyrek

arası dönemleri için “Çok Değişkenli Oto-Regresif (VAR)” model uygulanmış ve gayri safi milli hasıla, reel efektif döviz kuru ve uluslararası turizm kazançları arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca uluslararası turizm kazançları ve ekonomik büyüme arasında güçlü bir Granger nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada Durbarry (2004), Mauritis’te eşbütünleşme ve nedensellik testleri ile ekonomik büyüme ile turizm arasındaki ilişkiyi incelemiş ve turizmin ekonomik büyümeyi desteklediği iddiasını destekleyen sonuçlar elde etmiştir.

Literatürdeki genel bulguların aksine Oh (2005), Kore’de turizm büyümesi ve ekonomik genişleme arasındaki nedensel ilişkileri, Engle ve Granger iki aşamalı yaklaşımı ve Vektör Otoregresyon (VAR) modeli kullanarak araştırmış ve iki seri arasında uzun vadeli bir denge ilişkisinin olmadığını tespit etmiştir. Çalışmasında turizm odaklı ekonomik büyüme hipotezinin Kore ekonomisi için söz konusu olmadığını belirtmektedir.

Kim ve Chen (2006) ise Tayvan’da iki değişken arasındaki nedensel ve eşbütünleşme ilişkilerini inceledikleri çalışmalarında, uzun dönemli bir denge ilişkisi ile iki yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığını tespit etmişlerdir. Bu sonuç, Tayvan’da turizm büyümesi ile ekonomik gelişme faktörlerinin birbirini güçlendirdiğini göstermektedir.

Birden çok ülkenin temel alınarak yapıldığı çalışmalardan biri Chou (2013) tarafından yapılmıştır. Araştırmacı, 1988-2011 yılları için 10 geçiş ülkesinde turizm harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki nedensel ilişkileri incelemiştir. Analiz yöntemi olarak ülkeler arasında bağımlılık ve heterojenliği dikkate alan panel nedensellik analizi kullanılmıştır. Sonuçlar, nedensellik yönündeki kanıtları desteklemektedir ve bu 10 geçiş ülkesinin 3’ü (yani Bulgaristan, Romanya ve Slovenya) tarafsızlık hipotezi ile tutarlıdır. Çek Cumhuriyeti ve Polonya için tersine ilişkiler bulunurken, Kıbrıs, Letonya ve Slovakya için büyüme hipotezi geçerlidir. Geri bildirim hipotezi Estonya ve Macaristan için geçerlidir.

Konu ile ilgili literatürde yer alan diğer bazı çalışmalar ve bulguları aşağıda özetlenmiştir:

Kumar ve Kumar (2013), ARDL sınır yaklaşımı kullanılarak 1981–2009 dönemleri arasında Fiji’de ekonomik kalkınmada finansal gelişme ve kentleşme gibi diğer çağdaş itici güçlerle turizmin katkısını araştırmıştır. Turizm sektörünün çalışan başına yüzde 0.13’lük bir paya sahip olduğunu bulurken, finansal gelişmenin uzun vadede yüzde 1’lik her bir artış için yüzde 0.71’lik en büyük katkı payına sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Kumar (2014), ARDL sınır testi modeli kullanarak 1980–2010 döneminde Vietnam'da bilgi değişimi teknolojisi (ICT), turizm ve ekonomik büyüme üzerindeki turizm ve finansal gelişme arasındaki ilişkinin dinamiklerini araştırmıştır. Turizm ve işçi başına çıktı arasında iki yönlü bir nedensellik bulunduğunu, turizm ve işçinin karşılıklı olarak birbirini güçlendirdiğini gösteren bir nedensellik bulmuşlardır. Ayrıca, turizmin sadece kısa vadede etkisi söz konusudur. ICT ve finansal kalkınma çalışan başına üretim üzerinde uzun süreli bir etkiye sahiptir. Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre finansal gelişme, turizmi ve ekonomik büyümeyi etkilemektedir.

Antonakakis, Dragouni ve Filis (2015) turizm büyümesi ve ekonomik büyüme arasındaki dinamik ilişkiyi 1995-2012 dönemi boyunca 10 Avrupa ülkesi için aylık verilere dayanarak incelemişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre turizm-ekonomik büyüme ilişkisi, hem büyüklük hem de yön açısından zaman içinde istikrarlı değildir, bu da turizmin yönlendirdiği ekonomik büyümenin (TLEG) ve ekonomi güdümlü turizm büyümesinin (EDTG) hipotezlerinin zamana bağlı olduğunu göstermektedir.

Ertugrul ve Mangir (2015), Türkiye’de 1998–2011 dönemi için ARDL sınır testi yaklaşımı ve Granger nedensellik analizi ile ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Çalışma sonucunda turizmden ekonomik büyümeye doğru uzun dönemli ve tek yönlü nedensellik olduğunu bulmuşlardır. Sonuçlar ayrıca, turizmin hem uzun vadede hem de kısa vadede gayri safi yurtiçi hasıla ve ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Cárdenas-García, Sánchez-Rivero & Pulido-Fernández (2015), turizmdeki büyümenin, ekonomik kalkınma seviyesinde bir artışı etkileyip etkilemediğini incelemişlerdir. Bu amaçla, 144 ülke örneği kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçları turizmdeki büyümenin ekonomik büyümeyi etkilediğini göstermiştir.

Ridderstaat ve Croes (2015), Kanada, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki para arzı döngülerinin Aruba ve Barbados için birim kök, eşbütünleşme ve nedensellik testi uygulayarak turizm talebini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Para arzı döngülerinin, turizmin çevrimsel hareketlerini etkileyebileceğini ve etkilerin, döngülerin gelişim aşamasına bağlı olarak asimetric olduğunu bulmuşlardır.

Phiri (2016) yaptığı çalışmada, Güney Afrika'da 1995 ile 2014 yılları arasında toplanan yıllık veriler ile turizm ve ekonomik büyüme arasındaki eşbütünleşme ve nedensel ilişkileri incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, turizm gelirlerinin turizm gelişiminin bir



ölçüsü olarak kullanıldığı zaman, turizm odaklı büyüme hipotezini desteklemektedir. Bununla birlikte, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında iki yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Brida, Cortes-Jimenez ve Pulina (2016), turizm temelli büyüme modellerinin ele alındığı çalışmaları incelemiştir. Çalışmada 100 makalenin kapsamlı bir incelemesini sunmaktadır. Çalışmada turizm temelli büyüme modellerinin arkasındaki ekonomik teorik çerçeveye genel bir bakış sunulmaktadır. Sonuçlara göre az sayıdaki istisnalar dışında, deneysel bulgular, uluslararası turizmin ekonomik büyümeyi teşvik ettiğini göstermektedir.

Chiu & Yeh (2017), 84 ülkenin kesitsel veri seti için turizm büyümesi, ekonomik büyüme ve diğer makroekonomik değişkenler arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonuçları, turizm büyümesi ile ekonomik büyüme arasında doğrusal olmayan ilişkiyi gösteren güçlü kanıtlar olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte bu durum her ülke için geçerli değildir. Farklı turizm gelişmişlik koşullarına sahip ülkelerde farklı etkiler söz konusudur.

Ohlan (2017), 1960-2014 dönemi için turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Hindistan özelinde incelenmiştir. Çalışmasında kullandığı Bayer ve Hanck bütünleşik testin sonuçlarına göre turizm, ekonomik büyüme ve finansal gelişim bir araya gelmektedir. Turizm gelirleri Hindistan'da hem uzun vadede hem de kısa vadede ekonomik büyümeyi desteklediği görülmüştür. Ayrıca sonuçlar, turizmden ekonomik büyümeye doğru uzun vadeli tek yönlü bir Granger nedenselliğinin varlığını göstermektedir.

Katircioglu, Katircioglu & Altinay (2018), turizmdeki büyüme ve finansal kalkınma arasındaki etkileşimleri incelemiştir. Sonuçlara göre, turizm gelişimi ve finansal gelişim arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu teyit etmekte ve doğrudan yabancı yatırımlar ve dış ticaret de bu etkileşimi etkilemektedir. Türkiye'deki turizm genişlemesi büyük ölçüde finansal piyasalardan etkilenmektedir. Sonuçlar ayrıca, Türkiye'de turizm hacmindeki değişimlerin finansal hacimdeki değişikliklerden önce geldiğini ortaya koymaktadır.

Risso (2018), 1995-2016 yılları için 179 ülke verisi temel alınarak turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Granger nedensellik testi sonuçları turizm ve ekonomik büyüme arasındaki iki yönlü nedenselliği ve geri bildirim hipotezini desteklemektedir. Sonuçlar, gelenlerin sayısında, turizm gelirlerinde ve turizm harcamalarında % 100'lük bir artışın, kişi başına GSYİH' nin sırasıyla %9, %7 ve %10 oranında arttırdığını göstermiştir. Buna karşılık, kişi başına düşen reel GSYİH' daki % 100'lük bir artış, gelenlerin sayısını, gelirleri ve harcamaları sırasıyla %54, %91 ve %101 oranında arttırmaktadır. Beşeri

sermaye olarak insan sermayesi ve gayri safi sermaye oluşumu gibi kontrol değişkenleri, turizm ve ekonomik büyümede önemli bir rol oynamaktadır.

### 3. VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada 1995 ve 2016 yılları arası yıllık verileri kullanılmıştır. Çalışmada, verilerine eksiksiz ulaşılabilen ve turizm gelirleri en fazla olan ülkeler (ABD, Avusturya, Çin, İngiltere, Japonya, Tayland, Türkiye) ile Euro bölgesi yer almıştır. Veriler, Dünya Bankası'nın internet sitesinden yayınladığı verilerden elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlerden uluslararası turizm gelirleri, uluslararası taşımacılık için ulusal taşıyıcılara yapılan ödemeler dahil olmak üzere uluslararası gelen ziyaretçiler tarafından yapılan harcamalardır. Bu gelirler, hedef ülkede alınan mallar veya hizmetler için yapılan herhangi bir ön ödemeyi de içerir. Veriler gününbirlik gelen ziyaretçilerden elde edilen gelirleri de içerebilirler. Veriler ABD doları cinsindedir (Dünya Bankası, 2018). Çalışmada GSYİH, geniş para arzı ve uluslararası turizm gelirleri, döviz kurlarındaki dalgalanmaların veri serilerindeki etkisini azaltmak amacıyla ABD doları cinsinden alınmıştır. Çalışmada finansal gelişmişlik göstergesi olarak daha önce yapılan çalışmalara (Hassan, Sanchez, ve Yu, 2011; Ak, Altıntaş ve Şimşek, 2016; Çeştepe ve Yıldırım, 2016; Ohlan, 2017) paralel olarak, geniş para arzının (M3) GSYİH'ya oranı alınmıştır. M3 para arzı aynı zamanda finansal derinliğin bir göstergesidir. Ekonomik büyüklük göstergesi olarak ise GSYİH dikkate alınmıştır. Çalışmada panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan serilerin korelasyon matrisi ve tanımlayıcı istatistikleri Tablo 1'de sunulmuştur. Korelasyon matrisinden görüldüğü gibi, büyüme ile turizm ve finansal gelişme pozitif yönde ilişkilidir (*korelasyon katsayısı (r)=sırasıyla 0,708566 ve 0,249081*).

**Tablo 1.** Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi Tablosu

	<b>LGSYİH</b>	<b>LM3</b>	<b>LTUR</b>
Ortalama	12.30498	1.981275	10.54635
Medyan	12.38377	1.997586	10.48815
Maksimum	13.27008	2.384500	11.56296
Minimum	11.05567	1.449520	9.689664
Std. Sapma	0.633464	0.227692	0.499485
Çarpıklık	-0.262597	-0.166161	0.414998
Basıklık	1.849202	2.326665	2.250090
Gözlem	176	176	176
<b>LGSYİH</b>	1	0.249081*	0.708566*
<b>LM3</b>	0.249081*	1	-0.201044*
<b>LTUR</b>	0.708566*	-0.201044*	1

\*0,05 anlamlılık düzeyi

Çalışmada öncelikle tüm seriler doğal logaritmik (ln) formlarına dönüştürülmüştür. Çalışmanın panel veri modelleri ise aşağıdaki gibidir:

$$\text{Model I: } LG_t = LT_t + LF_t + u_t$$

$$\text{Model II: } LT_t = LG_t + LF_t + u_t$$

Burada  $G = \text{GSYİH}$ ,  $T = \text{Uluslararası turizm gelirlerini}$ ,  $F = \text{finansal gelişmeyi}$ ,  $t = \text{zamanı}$  ve  $u = \text{hata terimini}$  ifade etmektedir.

### 3.1. Birinci Nesil Birim Kök Testi Sonuçları

Panel veri analizinin yapılabilmesi için öncelikle serilerin durağan olması veya birim kök içermemesi gerekmektedir. Birim kök testleri, tahmin modellerinin sahte regresyon içermeye riskine karşı yapılan testlerdir. Bu çalışmada, en doğru sonuçlara ulaşabilmeyi sağlayacak en uygun panel regresyon modelini tespit etmek amacıyla farklı birim kök testleri sonuçlarına bakılmıştır. Bu sayede, değişkenler arasındaki ilişki daha sağlıklı ölçülebilmektedir. Bu amaçla çalışmada öncelikle değişkenler arasındaki yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan birinci nesil birim kök testleri kullanılmıştır. Bu çalışmada, literatürde yer alan çalışmalarda yapılmış birim kök testlerinde en sık tercih edilen Levin, Lin & Chu testi, Im, Pesaran ve Shin W-istatistiği, ADF-Fisher ve PP-Fisher panel birim kök testleri sabit terimli şekilde uygulanmıştır. Gecikme uzunlukları AIC kriterine göre program tarafından otomatik olarak belirlenmiştir.

Yapılan panel birim kök testleri sonucunda değişkenlerin düzey değerlerinde birim kök içerdikleri, durağan olmadıkları görülmüştür. Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre her 3 serinin de düzey değerlerinde durağan olmadıkları görülmektedir. Ek olarak, sabit terimli ve trendli birim kök testleri de yapılmış ve sonuçların değişmediği görüldüğünden sadece sabit terimli birim kök testi sonuçları raporlanmıştır.

**Tablo 2.** Düzey Değerlerinde Birim Kök Testi Sonuçları (Sabitli)

Yöntem	LGSYİH		LM3		LTUR	
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Levin, Lin & Chu t	-4.03152	0.0000	-2.28515	0.0112	-1.25857	0.1041
Im, Pesaran ve Shin W-stat	-0.88121	0.1891	0.06411	0.5256	1.89102	0.9707
ADF - Fisher Chi-square	18.7258	0.2831	13.5288	0.6338	9.72864	0.8804
PP - Fisher Chi-square	11.2348	0.7948	14.6018	0.5540	9.78799	0.8775

Analizlerin devamında birinci farkları alınan serilere tekrar birim kök testleri yapılmıştır. Tablo 4'e bakıldığında birinci farkları alınan serilerin durağan hale geldikleri görülmektedir.

**Tablo 3.** Birinci Farklarda Birim Kök Testi Sonuçları (Sabitli)

Yöntem	LGSYİH		LM3		LTUR	
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Levin, Lin & Chu t	-5.20173	0.0000	-6.00963	0.0000	-8.93981	0.0000
Im, Pesaran ve Shin W-stat	-4.26364	0.0000	-6.76223	0.0000	-7.75938	0.0000
ADF - Fisher Chi-square	46.6862	0.0001	73.7091	0.0000	82.7750	0.0000
PP - Fisher Chi-square	46.0678	0.0001	89.5101	0.0000	82.6526	0.0000

Bununla birlikte birinci nesil panel birim kök testleri yatay kesit bağımlılığı olarak adlandırılan birimler arası korelasyon ilişkisini dikkate almamaktadır. Bu nedenle daha sağlıklı sonuçlar elde edebilmek amacıyla panelde yer alan yatay kesitler arasındaki bağımlılık ilişkisi de incelenmiştir.

### 3.2. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Seriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı, Breusch-Pagan (1980) LM testi, Pesaran (2004) CD ve CDlm testleri ile araştırılmıştır. Breusch-Pagan (1980) LM testi, zaman boyutu yatay kesit boyutundan çok büyük olduğunda ( $T > N$ ), Pesaran (2004) CDlm testi, zaman boyutunun yatay kesit boyutundan büyük olduğu ( $T > N$ ) ancak iki boyut arasındaki farkın fazla olmadığı durumlarda kullanılmaktadır. Pesaran (2004) CD testi ise yatay kesit boyutunun zaman boyutundan büyük olduğu durumlarda ( $N > T$ ) kullanılmaktadır (Topaloğlu, 2017). Bu çalışmada her 3 testin sonuçlarına da yer verilmiştir.

**Tablo 4.** Modelin Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Test	Statistic	df	Prob
Breusch-Pagan LM	70.56194	28	0.0000
Pesaran scaled LM	5.687578		0.0000
Pesaran CD	6.774685		0.0000

Tablo 4 ve Tablo 5'te sonuçları verilen testlere göre hem modelde hem de değişkenlerde yatay kesit bağımlılığının olmadığını iddia eden  $H_0$  hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Bu nedenle birim kök testlerinde yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci nesil birim kök testi yöntemlerinin kullanılması daha doğru olacaktır.

**Tablo 5.** Serilerin Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Test	LGSYİH			LM3			LTUR		
	Statistic	df	Prob	Statistic	df	Prob	Statistic	df	Prob
Breusch-Pagan LM	430.4558	28	0.0000	375.4154	28	0.0000	508.0654	28	0.0000
Pesaran scaled LM	53.78041		0.0000	46.42534		0.0000	64.15144		0.0000
Pesaran CD	20.11007		0.0000	18.70822		0.0000	22.51957		0.0000

### 3.3. Pesaran CIPS İkinci Nesil Birim Kök Testi Sonuçları

Çalışmada, Pesaran (2007) tarafından önerilen CIPS testi sabitli ve trendli ve sabitli yapılarla gecikme uzunluğu “bir” alınarak uygulanmıştır. CIPS testinin boş hipotezi “H<sub>0</sub>: Seriler I(1)’dir” şeklindedir. Pesaran (2007), CIPS testini yatay kesit bağımlılığı yapısı için tek bir ortak faktör özelliğine dayalı olarak önermiştir. Tek bir ortak faktör ve artıkların otokorelasyon düzeninin bilindiği varsayımları altında, CIPS testinin çok iyi performans gösterdiğini belirtilmektedir (Cerasa, 2008). CIPS testi bireysel CADF birim kök testinin ortalamalarını alarak tahminlemede bulunur (Cınar ve Özçalık, 2012). CIPS testi sonucunda elde edilen test istatistikleri, Pesaran (2006) tarafından yapılan çalışmadaki kritik tablo değerleriyle karşılaştırılır ve panel verilerin bütün olarak durağan olup olmadığı test edilir (Cınar ve Özçalık, 2012).

**Tablo 6.** İkinci Nesil Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Pesaran (2007) İkinci Nesil Birim Kök Testi (CIPS Zt-bar)			
	Trendsiz Sabitli		Trendli ve Sabitli	
	Zt-bar İstatistiği	p	Zt-bar İstatistiği	p
LGSYİH	-2.487*	0	-0.219	0
	-3.432*	1	-1.936**	1
LTUR	0.874	0	3.329	0
	-0.360	1	2.192	1
LM3	0.428	0	1.512	0
	-0.043	1	0.880	1
Δ LGSYİH	-8.669*	0	-7.422*	0
	-2.597*	1	-0.863	1
ΔLTUR	-9.301*	0	9.397*	0
	-2.330*	1	-2.046**	1
ΔLM3	-8.425*	0	-7.226*	0
	-3.458*	1	-2.306**	1

*Notlar:* \*, \*\* simgeleri sırasıyla 1% ve 5% anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir. Pesaran (2007) birim kök testi (CIPS), Markus Eberhardt tarafından geliştirilen “multipurt” STATA komutu ile uygulanmıştır. Multipurt, Scott Merryman’ın xtfisher ve Piotr Lewandowski’nin pescadf testlerini kullanır. Gecikme uzunlukları (p) AIC ve SIC kriterlerine göre belirlenmiştir.

Tablo 6’da sonuçları verilen CIPS testine göre LGDP değişkeni dışındaki tüm değişkenlerin düzeyde durağan olmadıkları ve ikinci farklarında (Δ simgesi ile temsil edilmiştir) durağan hale geldikleri görülmektedir.

### 3.3. Panel Veri Analizi Modeli Seçimi

Panel veri analizlerinde tercih edilecek modeller katsayılarına göre belirlenmektedir. Analizler, katsayıların havuzlanmış, sabit ve rassal etkilere sahip olup olmamalarına göre tercih edilen modeller üzerinden yapılmaktadır (Aktaran: Alsu, 2017). Bu amaçla ilk olarak Tablo 7’de sonuçlarına yer verilen F testi yardımıyla Havuzlanmış Model - Sabit Etkiler Modeli karşılaştırılmıştır. Tabloda yer alan olasılık değerinin 0,05 değerinden küçük olması nedeniyle havuzlanmış modelin uygun olduğunu belirten Ho hipotezi reddedilmiştir. İkinci aşamada LM testi ile Havuzlanmış Model-Rassal Etkiler Modeli karşılaştırılmış ve olasılık

değerinin 0,05 değerinden küçük olması nedeniyle modelin havuzlanmış modele uygun olduğunu öne süren  $H_0$  hipotezi reddedilmiştir. Üçüncü aşamada Hausman Testi ile sabit etkiler modeli - rassal etkiler modeli karşılaştırması yapılmıştır. Tablo 7’de yer alan sonuçlara göre olasılık değerinin 0,05 değerinden büyük olması nedeniyle modelin rassal etkiler modeline uygun olduğunu ifade eden  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 7.** Panel Veri Modeli Seçim Analizi Sonuçları

Test Modelleri	Test Yöntemi	İstatistik	Olasılık
Havuzlanmış-Sabit Etkiler	F Testi	64.959482	0.0000
Havuzlanmış-Rassal Etkiler	LM Testi (Breusch-Pagan)	883.8305	0.0000
Rassal Etkiler-Sabit Etkiler	Hausman Test	2.261734 ( $\chi^2$ )	0.3228

### 3.4. Otokorelasyon Testi

Tablo 8’de ise seriler arasında otokorelasyon olup olmadığını gösteren Breusch-Godfrey Serisel Korelasyon LM Testi sonuçları yer almaktadır. Test istatistiği sonuçlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyi için  $H_0$  hipotezi kabul edilmektedir. Test sonuçlarına göre kalıntılarda serisel korelasyon olmadığını öne süren  $H_0$  hipotezi %5 anlamlılık seviyesinde kabul edilmiştir. Seriler arasında otokorelasyon problemi yoktur.

**Tablo 8.** Breusch-Godfrey Serisel Korelasyon LM Testi

F-statistic	0.665615	Prob. F(2,170)	0.5153
Obs*R-squared	1.359736	Prob. Chi-Square(2)	0.5067

### 3.5. Değişen Varyans Testi

Panel regresyon modelinin otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarını taşıması durumunda regresyon tahminleri gerçek değerleri göstermemektedir. Bu çalışmada değişen varyansın tespit edilebilmesi için Breusch-Pagan-Godfrey Eşvaryanslılık testi uygulanmıştır. Test edilecek hipotezler ise aşağıdaki gibidir:

$H_0$ : Hata terimlerinin varyanslarının hepsi eşittir.

$H_1$ : Hata terimlerinin varyansları eşit değildir.

Tablo 9’da yer alan test sonuçlarına göre %5 anlamlılık seviyesinde sabit varyans olduğunu iddia eden  $H_0$  hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla serilerde değişen varyans problemi söz konusudur.

**Tablo 9.** Breusch-Pagan-Godfrey Testi

F-statistic	22.07240	Prob. F(2,163)	0.0000
Obs*R-squared	35.78020	Prob. Chi-Square(2)	0.0000
Scaled explained SS	37.12480	Prob. Chi-Square(2)	0.0000

### 3.6. Rassal Etkiler Panel Veri Analizi Sonuçları

Analizlerin sonraki aşamasında ise White cross section (White yatay kesit kovaryans katsayısı) düzeltmesi ile regresyon modeli tahmin edilmektedir. White cross section düzeltmesinin yapılmasının nedeni otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarını düzelterek regresyon modelini tahmin etmesidir. Panel veri analizi çıktıların doğru yorumlanabilmesi için tüm gerekli işlemler yapıldıktan sonra sonuçların yorumlanmasına geçilmiştir. Panel veri analizi Model I aşağıdaki gibidir:

$$LGSYİH_{it} = \alpha_{it} + \beta_2 LM3_{it} + \beta_3 LTUR_{it} + \varepsilon_{it}$$

Tablo 10’da yer alan sonuçlara göre turizm gelirlerinin ve geniş para arzının ekonomik büyümeyi etkilediği görülmektedir. Bu etki M3 para arzı açısından negatif olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Kormendi ve Meguire (1985), Dwyer ve Hafer (1988) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla benzerdir. Aydın, Ak ve Altundaş (2013) finansal baskı dönemlerinde para arzının gayrisafi yurtiçi hasılaya göre daha fazla arttığını ve bunun nedeninin hükümetin ‘enflasyon vergisi tabanı’ni genişletmek için para arzını yapay bir biçimde artırması olabileceğini (Güloğlu, 2003: 48) belirtmektedirler. Yazarlara göre bu tür politikalar yatırım hacmi ve verimlilik üzerinde negatif bir etki yaratarak büyümeyi yavaşlatmaktadır (Aydın, Ak ve Altundaş, 2013).

Elde edilen sonuçlar diğer yandan turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmektedir.

**Tablo 10.** Panel Veri Analizi Sonuçları (Model I)

Bağımlı Değişken: LGSYIH

Yöntem: Panel EGLS (İki yönlü rassal etkiler)

Örnekleme: 1996 2016

Yatay Kesit Sayısı: 8

Toplam gözlem sayısı: 168

White cross-section standard errors &amp; covariance (d.f. corrected)

Değişken	Katsayısı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık
Sabit	0.018627	0.009136	2.038961	0.0430
LM3	-0.395675	0.149519	-2.646321	0.0089
LTUR	0.298788	0.057627	5.184868	0.0000
R-Kare	0.233467	Bağımlı değişken ortalaması		0.010598
Düzeltilmiş R-Kare	0.224176	Bağımlı değişken std. Sap.		0.043343
S.E. of regression	0.038177	Sum squared resid		0.240486
F-İstatistiği	25.12749	Durbin-Watson istatistiği		1.403248
Olasılık(F-İstatistiği)	0.000000			

Tablo 11’de ise bağımlı değişkenin turizm gelirleri olması durumunda yapılan panel veri analizi sonuçları yer almaktadır. Panel regresyon Model II aşağıdaki gibidir:

$$LTUR_{it} = \alpha_{it} + \beta_2 LM3_{it} + \beta_3 LGSYIH_{it} + \varepsilon_{it}$$

Sonuçlara göre ekonomik büyüme turizm gelirleri üzerinde etkilidir. Etkinin büyüklüğü turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinden daha fazladır. Öyle ki Tablo 10’a göre turizm gelirlerindeki %1’lik artış ekonomik büyümeyi yaklaşık %0,30 arttırırken Tablo 11’e göre ekonomik büyümedeki %1’lik yükseliş turizm gelirlerini yaklaşık %0,47 arttırmaktadır. Buna karşın parasal derinleşme (M3) ile turizm gelirleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

**Tablo 11.** Panel Veri Analizi Sonuçları (Model II)

Değişken	Katsayısı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık
Sabit	0.018276	0.005311	3.441485	0.0007
LM3	-0.128555	0.231471	-0.555382	0.5794
LGDP	0.467470	0.074923	6.239373	0.0000

#### 4. SONUÇ

Literatür incelendiğinde kimi çalışmalarda turizm temelli ekonomik büyüme hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgular yer alırken, kimi çalışmalarda ekonomik büyüme temelli turizm büyümesi hipotezinin geçerliliğine yönelik kanıtlar sunulduğu görülmektedir. Literatür kısmında yer verilen çalışmalardan görüldüğü üzere değişkenler arasındaki ilişkiler ülkeden ülkeye ve analiz yöntemlerine göre farklılaşmakta ve turizm ve ekonomik büyüme ile finansal gelişme arasındaki ilişkiler zamana bağlı olarak değişmektedir.

Bu çalışmada, turizm geliri en yüksek dünya ülkelerini iyi bir şekilde temsil edecek bir örneklemin alınması ile sonuçların mümkün olduğunca genelleştirilebilmesi amaçlanmıştır.



Çalışmanın sonuçları, turizm büyümesi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi gösteren güçlü kanıtlar sunmaktadır. Sonuçlar ülkelerin uluslararası turizm gelirleri ile ekonomik büyüklüklerinin karşılıklı ilişki içerisinde bulunduğunu ve bu ilişkinin daha çok ekonomiye dayalı turizm büyümesi hipotezini desteklediğini göstermektedir. Ayrıca çalışmada finansal gelişmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin negatif olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma ile ekonomik büyüme ve turizm büyümesi ilişkilerine yönelik teorik varsayımlara deneysel kanıtlar sunulmaya çalışılmış ve daha önce yapılan çalışmaların bulguları farklı örneklem ve veri setleri üzerinden test edilmiştir.

Çalışma sonuçları, turizm ülkeleri temel alındığında, ekonomi temelli turizm büyümesi hipotezinin geçerliliğinin turizm temelli ekonomik büyüme hipotezine göre daha baskın olduğunu buna karşın geri bildirim hipotezinin (çift taraflı ilişki) de geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun anlamı, ülkelerin gelişmişlik seviyelerinden bağımsız olarak analiz yapıldığında turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu kaynakların ancak ekonomik kalkınma sonrasında sağlanabildiği ve gelir sağlayıcı hizmetlere dönüşebildiğidir. Özellikle küresel çapta turizmden sağlanan gelirlerin artmasının yolu küresel ekonominin büyümesi ve küresel refahın artmasına bağlıdır. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, Risso (2018), Chiu & Yeh (2017), Antonakakis, Dragouni ve Filis (2015) tarafından yapılan çalışmaların bulgularıyla benzerdir.

Özet olarak, uluslararası turizm gelirleri, gelişmişlik seviyesi ne olursa olsun her seviyeden ülke için önemli bir ekonomik kalkınma faktörüdür. Aynı zamanda ülkelerin uluslararası turizm gelirlerinin artması ve turizm sektörünün büyümesi küresel ekonominin ve ilgili ülkelerin ekonomilerinin kalkınmasına bağlıdır. Bu nedenle politika yapıcıların ekonomik büyüme ve turizm arasındaki bu türden küresel çaptaki karşılıklı ilişkilerin farkında olmaları ve alacaklara kararları ve uygulayacakları politikaları bu doğrultuda yönlendirmeleri gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ak, M. Z., Altıntaş, N., & Şimşek, A. S. (2016). Türkiye'de Finansal Gelişme Ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Nedensellik Analizi. *Dogus University Journal*, 17(2).
- Ali, Q., Khan, M. T. I., & Khan, M. N. I. (2018). Dynamics between financial development, tourism, sanitation, renewable energy, trade and total reserves in 19 Asia cooperation dialogue members. *Journal of Cleaner Production*, 179, 114-131.
- Antonakakis, N., Dragouni, M., & Filis, G. (2015). How strong is the linkage between tourism and economic growth in Europe?. *Economic Modelling*, 44, 142-155.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied economics*, 34(7), 877-884.
- Başarir, Ç., & Çakir, Y. N. (2015). Causal interactions between CO2 emissions, financial development, energy and tourism. *Asian Economic and Financial Review*, 5(11), 1227-1238.
- Brida, J. G. & Pulina, M. (2010), A Literature Review On The Tourism-Led Growth Hypothesis Centro Ricerche Economiche Nord Sud, <http://crenos.unica.it/crenos/sites/default/files/WP10-17.pdf>
- Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2016). Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394-430.
- Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2015). Does tourism growth influence economic development?. *Journal of Travel Research*, 54(2), 206-221.
- Cerasa, A. (2008). CIPS test for unit root in panel data: further Monte Carlo results. *Economics Bulletin*, 3(16), 1-13.
- Chiu, Y. B., & Yeh, L. T. (2017). The threshold effects of the tourism-led growth hypothesis: Evidence from a cross-sectional model. *Journal of Travel Research*, 56(5), 625-637.
- Chou, M. C. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33, 226-232.
- Cınar, S., & Ozcalik, M. (2012). Gelişmekte Olan Ülkelerde Mali Sürdürülebilirlik: Panel Veri Analizi. *Journal of Yaşar University*, 9(33).
- Cortés-Jiménez I, Pulina M. 2006. Tourism and growth: evidence for Spain and Italy. In 46th Congress of the European Regional Science Association, University of Thessaly (Volos, Greece), 30 August–3 September 2006, 1–23.
- Çeştepe, H., & Yıldırım, E. (2016). Türkiye'de finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 30, 12-26.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism economics*, 10(3), 305-316.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: the case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389-401.
- Dünya Bankası (2018), World Bank Open Data, <https://data.worldbank.org/>, (Erişim Tarihi:15/07/2018)
- Dwyer Jr, G. P., & Hafer, R. W. (1988). Is money irrelevant. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 70(3), 3-17.
- Ertugrul, H. M., & Mangir, F. (2015). The tourism-led growth hypothesis: empirical evidence from Turkey. *Current Issues in Tourism*, 18(7), 633-646.
- Ghali, M. A. (1976). Tourism and economic growth: an empirical study. *Economic Development and Cultural Change*, 24(3), 527-538.
- Gunduz L, Hatemi-JA. 2005. Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters* 12: 499–504.
- Güloğlu, B. (2003), Financial Liberalisation and Economic Growth, *The ISE Review*, 7(27), 35-58.
- Hassan, M. K., Sanchez, B., & Yu, J. S. (2011). Financial development and economic growth: New evidence from panel data. *The Quarterly Review of economics and finance*, 51(1), 88-104.

- Katircioglu, S., Katircioğlu, S., & Altınay, M. (2018). Interactions between tourism and financial sector development: evidence from Turkey. *The Service Industries Journal*, 38(9-10), 519-542.
- Kim, H. J., & Chen, M. H. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism management*, 27(5), 925-933.
- Kormendi, R. C., & Meguire, P. G. (1985). Macroeconomic determinants of growth: cross-country evidence. *Journal of Monetary economics*, 16(2), 141-163.
- Kumar, R. R. (2014). Exploring the role of technology, tourism and financial development: An empirical study of Vietnam. *Quality and Quantity*, 48(5), 2881-2898.
- Kumar, R. R., & Kumar, R. (2013). Exploring the developments in urbanization, aid dependency, sectorial shifts and services sector expansion in Fiji: A modern growth perspective. *Global Business and Economics Review*, 15, 371-395.
- Lean, H. H., & Tang, C. F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for Malaysia? A note. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 375-378.
- Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism management*, 26(1), 39-44.
- Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9-22.
- Papathodorou A., Rossell J., Xiao H. (2010). Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives. *Journal of Travel Research*, 49 (1), 39-45.
- Phiri, A. (2016). Tourism and Economic Growth in South Africa: Evidence from Linear and Nonlinear Cointegration Frameworks. *International Research Journal*, 14(1), 31-53.
- Piętak, Ł. (2014). Review of theories and models of economic growth. *Comparative Economic Research*, 17(1), 45-60.
- Ridderstaat, J., & Croes, R. (2015). The link between money supply and tourism demand cycles. a case study of two Caribbean destinations. *Journal of Travel Research*, 26(2), 37-40.
- Risso, W. A. (2018). Tourism and Economic Growth: A Worldwide Study. *Tourism Analysis*, 23(1), 123-135.
- Seyidoğlu, H. (2011), *İktisat Biliminin Temelleri*, 2. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Tang, C. F., & Tan, E. C. (2015). Does tourism effectively stimulate Malaysia's economic growth?. *Tourism management*, 46, 158-163.
- Topaloğlu, E. E. (2018). Bankalarda Finansal Kırılganlığı Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi İle Belirlenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(1), 15-38.
- Türkiye Otelciler Birliği(TUROB) (2017), UNWTO 2017 Turizm Barometresi, <http://www.turob.com/tr/istatistikler/unwto-2017-turizm-barometresi> (Erişim Tarihi:12/02/2019)
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2017), 2017 Annual Report, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807> (Erişim: 12/2/2019).

**Citation:** Berkün S. (2019), Çocuk Dostu Kent Yönetimlerinin Çocuklar Tarafından Değerlendirilmesi: Bursa Örneği, BMIJ, (2019), 7(1): 135-152 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1051>

## ÇOCUK DOSTU KENT YÖNETİMLERİNİN ÇOCUKLAR TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BURSA ÖRNEĞİ

Sanem BERKÜN<sup>1</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi): 13/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Kent yönetiminde, kentte yaşayan herkesin kendisini kente ait ve mutlu hissedebileceği politikalar geliştirmek istenmektedir. Bu hedef çocuklar boyutunda “çocuk dostu kent” olarak ifade edilmektedir. Çocukların oyun ve gelişim haklarına güvenle erişimlerini sağlamak amacıyla kentlerde çocuk dostu mekânlar yaratmak yerel yönetimlerin üzerine düşen en önemli görevler arasındadır. Bu amaçla son yıllarda dünyada ve Türkiye’de önemli proje ve uygulamalar hayata geçirilmiştir. Bu süreçte, yerel yönetimlerin daha aktif rol almasının yararlı olacağı savının desteklendiği çalışmada öncelikle; çocuk dostu kent kavramına değinilmekte ve bu kapsamda Türkiye’de gerçekleştirilen uygulamalar üzerinden gerekli teorik çerçeve oluşturulmaktadır. Çalışmanın son bölümünde ise çocuk dostu kent çalışmalarında önemli faaliyetler yürüten Bursa’da çocukların kenti ne kadar çocuk dostu bulduklarına dair yapılan alan araştırması bulgularına yer verilmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Çocuk Dostu Kent; Yerel Yönetimler; Bursa

**Jel Kodları:** H700, Q58

## EVALUATION OF THE CHILD FRIENDLY URBAN MANAGERMENTS BY THE CHILDREN: BURSA CASE

### ABSTRACT

*Policies that everyone would feel themselves civic and happy are desired to be developed within urban management. This aim is expressed as ‘child friendly city’ in the aspect of children. Creating child friendly spaces within cities in order to provide the children’s safe access to the rights of playing games and development is among one of the most important duties of local managements. To this end, significant projects and applications have been implemented in the world and in Turkey in recent years. Within the study, which supports the argument that local managements’ taking an active role during this period would be useful, child friendly city concept is mentioned principally and the necessary theoretical framework is formed on the basis of the applications implemented in Turkey in this context. In the last part of the study, we touch on the findings of field research done regarding how child friendly do the children in Bursa find the city where important facilities related with child friendly city studies are implemented.*

**Keywords:** Child Friendly City; Local Managements; Bursa

**Jel Kodları:** H700, Q58

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bülent Ecevit Üniversitesi, [sanemberkun16@gmail.com](mailto:sanemberkun16@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-9254-1669>

## 1. GİRİŞ

Kentlerde yaşam kalitesinin artırılması, kentte yaşayan herkesi kapsayan kentleşme politikaları ve kent tasarımı ile sağlanabilir. Bununla birlikte çocuklar, kentlerde yaşayan fakat kentlerin yönetimi ve tasarımında göz ardı edilen önemli bir toplumsal grubu oluşturmaktadır. Diğer bir ifade ile dünya çapında kentleşmenin geldiği boyut, çocukların kentin tüm olanaklarından serbestçe yararlanma imkânlarını gittikçe kısıtlamaktadır. Endüstrileşmiş ve gelişmiş kentlerin önemli bir bölümü çocuklar için kalabalık, güvensiz ve kirletilmiştir(Sivri, 2013: 821). Bu ortamlarda büyüyen birçok çocuk, fiziksel, bilişsel, sosyal ve psikolojik gelişimini tamamlayamamakta, sağlıklı yetişkin olma şansını kaybetmekte ve toplumla bütünleşme sürecinde ciddi problemlerle karşılaşmaktadır. Oysa Türkiye'nin de 14 Eylül 1990 tarihinde imzalayarak, 1995'te uygulamaya koyduğu Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, doğum yerlerine, cinsiyetlerine, dinlerine, sosyal kökenlerine ve kim olduklarına dair bir ayırım yapılmaksızın on sekiz yaşın altındaki bütün çocukların sahip oldukları hakları sıralamaktadır. BM tarafından 1989 yılında onaylanan ve Türkiye'nin de kabul ederek 2 Ekim 1995'te uygulamaya koyduğu Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin kent boyutunda kriterlerine göre; çocuğun dinlenme, boş zaman değerlendirme, oynama ve yaşına uygun eğlence (etkinliklerinde) bulunma ve kültürel ve sanatsal yaşama serbestçe katılma hakkına işaret edilmektedir(BM). Keza kent hizmetlerinden bütün çocuklar eşit koşullarda yararlanabilmeli ve kent yönetiminde çocukların faydası öncelikli olmalıdır. Ayrıca kentlerde; her çocuğun fiziksel, ruhsal, zihinsel ve ahlaki gelişimini destekleyen fırsatlar sunulmalıdır. Keza tüm çocukların kentin her alanını kullanabilmesi ve düşüncelerini açıkça söylemesini sağlayan koşullar oluşturulmalıdır (Özservet, 2015b: 67).

Dünya Bankası tarafından yayınlanan Yoksulluk ve Paylaşılan Refah 2016: Eşitsizliğe Karşı Mücadele isimli raporun sonuçlarına göre dünya genelinde 385 milyon çocuk aşırı yoksulluk içinde yaşamaktadır. Yaşları küçük olan çocuklarda bu risk daha da büyüktür ve bu durum çocukların fiziksel ve zihinsel gelişimlerine olumsuz şekilde yansımaktadır (“UNİCEF Basın Merkezi”, 2016). Dünyanın en gelişmiş ülkelerinde dahi 30 milyon çocuk yoksulluk içinde yaşamaktadır. Ayrıca dünyada her dört çocuktan birinin yaşına göre boy uzunluğu düşüktür (“United Nations Sustainable Development Goals”, 2015). Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre, dünyada 15 yaşının altında 40 milyon çocuğa, sağlık hizmeti veya psikolojik destek gerektiren şiddet uygulanmaktadır (Runyan & Zolotor, 2011: 620). Son yıllarda dünya genelinde sayıları azalmakla birlikte, 2012 yılı itibariyle, 5-17 yaş grubunda 168 milyon çocuk işçi bulunmaktadır (Yayla, 2017: 415-425). Düşük ve orta gelir sahibi uluslarda kentlerdeki

çocukların çoğu tüm aileyle birlikte tek odalı evlerde veya gecekondularda genellikle de temel hizmetler ya da destekler olmaksızın yaşamlarını sürdürmektedir. Bu çocukların birçoğu olumsuz çevre koşullarında, trafik kurallarının ihlal edildiği ortamlarda ya da şiddete maruz kalarak yaşamaktadır. Daha zengin toplumlardaki çocuklar ise yetişkinler tarafından tasarlanmış mekânlarda ve arkadaşlarıyla özgür bir biçimde oyun oynamak ya da sosyalleşmek için çok az fırsata sahip bir dünyada yaşamaktadır (Riggio, 2002: 46). Türkiye’de ise TÜİK Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması 2016 sonuçlarına göre yoksulluk sınırı tüm hane halkı için 7.116TL olarak hesaplanmıştır. Bu rakamlar ışığında çocukların % 20’den fazlası yoksuldur ve yoksul çocuklar; yoksulluğun çocuk hayatı üzerindeki etkileriyle yüzleşme tehlikesi ile karşı karşıyadır. Çocuk İşgücü Anketi bulguları Türkiye’de 6-17 yaş grubunda çalışan çocuk nüfus oranının %5,9 olduğunu saptamıştır. Bu çocukların %41,4’ü ailelerinin gelirini sağlamak, %28,7’si ise ailelerinin ekonomik faaliyetine yardım etmek için çalışmaktadır (TÜİK Çocuk İşgücü Anketi”, 2012; “Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Politika Forumu Çocuk Yoksulluğu Çalışma Grubu Kuruluş Bildirgesi”, 2005: 2). Çalışma hayata çok erken yaşta giren çocuklar, dünyanın birçok yerinde olduğu gibi sağlıklı gelişimlerine engel olabilecek birçok durumla karşılaşmaktadır (Ofloğlu & Uysal, 2018: 13). Öte yandan 2015-2017 yılları arasında tirajı yüksek üç büyük ulusal gazete haberlerinden içerik analizinden yararlanılarak yapılan araştırma bulgularına göre çocuğa yönelik şiddete maruz kalan çocukların %73’ü kız, şiddet uygulanan çocukların %8’i ise zihinsel engellidir (Çakmak–Çapak – Konca & Korku, 2017: 91).

Türkiye genç nüfusun fazla olduğu ve çocuk nüfusun toplam nüfusun üçte birini oluşturduğu gelişmekte olan bir ülkedir. Türkiye’de çocuk nüfusun çoğunluğunun kentlerde yaşamasına karşın, kentlerde çocuklar için oluşturulmuş alanlar oldukça sınırlıdır (Yalçınkaya, 2015: 82). Bununla birlikte son yıllarda çocuklar aileleri için ve devlet politikalarında daha özel ve önemli hale gelmiş ve bu gelişme kent politikalarına da yansımıştır. Çocuklara yönelik geliştirilen politikaların nihai amacı çocukların, fiziksel, bilişsel, sosyal ve psikolojik gelişimlerini üst düzeyde gerçekleştirerek, onların sağlıklı birer yetişkin olarak topluma tam katılımlarını sağlamaktır. Makul bir yaşam kalitesi hedeflenmektedir (Yiğit, Ügücü ve Kaya, 2018: 95). Türkiye; Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, Gündem 21 (Rio Deklarasyonu) ve Habitat Ajandası kriterleri çerçevesinde ulusal ve/veya uluslararası kaynak ve kuruluşlarca desteklenmiş ve ölçeği, sokak ve şehir arasında değişim gösteren pek çok çocuk dostu çevre projesine ev sahipliği yapmıştır (Severcan, 2015: 142). UNİCEF 1996 yılında Habitat II ile şehirlerin herkes için yaşanabilir mekânlar olmasının gerekliliği üzerinde durmuş

ve bu amacın çocuklar açısından sağlanması için “Çocuk Dostu Kent” kavramını kullanmıştır. Türkiye’de Sivas, Uşak, Gaziantep, Kırşehir, Karaman, Antalya, Kayseri, Erzincan, Konya, Tekirdağ, Bursa, Trabzon’dan oluşan 12 ilde “Çocuk Dostu Kent” modelinin oluşturulması çalışmaları başlatılmıştır. Bu süreçte, yerel yönetimlerin çocuklara yönelik sorumluluklarına da dikkat çeken çalışmada öncelikle; çocuk dostu kent kavramına değinilmektedir. Teorik bölümde Çocuk Dostu Kent uygulamalarında başarı göstermiş bazı ülke faaliyetleri de aktarılmakta ve bu kapsamda Türkiye’de gerçekleştirilen uygulamalar üzerinden gerekli teorik çerçeve oluşturulmaktadır. Çalışmanın son bölümünde ise çocuk dostu kent çalışmalarında önemli faaliyetler yürüten Bursa’da çocukların kenti ne kadar çocuk dostu bulduklarına dair yapılan alan araştırması bulgularından hareketle öneriler sunulmaktadır

## 2. ÇOCUK DOSTU KENTLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Çocuk dostu kentler çağrısı kentlerin dünyadaki çocukların yuvası olduğu gerçeğinin farkına varılmasının bir göstergesidir (Riggio, 2002: 46). “Çocuk Dostu Kent” (Child Friendly Cities) kavramı ilk kez 1996 yılında İstanbul’da gerçekleştirilen Habitat II kapsamında kullanılmıştır. Habitat II ile şehirlerin yaşanabilir mekânlar olmasının gerekliliği üzerinde durulmuş ve bu amaç, çocuklar boyutunda “Çocuk Dostu Kent” kavramı ile ifade edilmiştir. Konferansta çocuk refahının sağlanmasında; sağlıklı yaşama ortamı, demokratik toplum ve iyi yönetişimin temel göstergeler olduğu vurgulanmıştır (“UNİCEF Çocuk Dostu Şehir”). Çocuk dostu kent, çocuk haklarını gözeterek iyi bir yönetim yapısı oluşturmak, çocukların şehir yönetimine ve karar alma mekanizmasına aktif katılımını sağlamak, ilgili bütün kararları çocuk hakları perspektifiyle değerlendirmek ve temel hizmetlere eşit erişim hakkı sağlamak üzere gerçekleştirilmesi gereken yapılanmalar ile etkinlikleri yaşama geçirmekle yükümlü olan şehir olarak nitelendirilmektedir(Çocuk Dostu Şehir Projesi Uygulama Yönergesi, 2006:2). Çocuk dostu kent kavramı, bir taraftan kent yönetimlerinin çocukların yararına kararlar vermesini desteklemek diğer taraftan ise kentlerin çocukların sağlıklı, korunaklı, eğitici, ufuk açan, kapsayıcı, kültürel bakımdan zengin bir çevreye yönlendirilme haklarının bulunduğu yerler olmasını sağlamak için geliştirilmiştir (Riggio, 2002: 45).

Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin yerine getirilmesi, çocuklara daha iyi yaşam koşullarının sağlanması ve risk altındaki çocukların durumunu iyileştirecek önlemlerin alınması, yerel düzeyden başlayacak uygulamalarla mümkün olabilecek niteliktedir (Topsümer, Babacan ve Baytekin, 2009: 8). Bu süreçte merkezi yönetim, uluslararası örgütler ve yerel yönetimler sorumludur. 2002 Birleşmiş Milletler Çocuklara Dair Özel Oturumu Sonuç Belgesi’nde “Yerel yönetimler ve yetkililer kalkınma gündemlerinin merkezinde çocukların olmasını

sağlayabilirler. Belediye başkanları ve yerel liderler, devam eden girişimlere dayalı olarak gecekondulaşmamış çocuk dostu toplum ve şehirler ile çocukların yaşamlarını büyük ölçüde iyileştirebilirler.” ifadesi yer almaktadır (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Bilgi Notu”, 2009). Yine Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği tarafından yapılan Çocuklara Yönelik Şiddet Araştırması’nda, ulusal ve yerel sorumluluğu ve eylemi güçlendirmenin önemine işaret edilmektedir (Çocuklara Yönelik Şiddetin Raporlanması, 2008: 10).

Çocuk dostu kent; çocuğun gelecekte kentine sahip çıkan yetişkin bir birey olabilmesi için onun fiziksel ve sosyal gelişimini destekleyebilen özelliklere sahip olan kenttir. Uygulamada bu çocuk haklarının politikalara, kanunlara, programlara ve bütçelere yansıtılması anlamına gelmektedir. Çocuk dostu kent kavramı ideal bir duruma ya da standart bir modele dayanmaz. Her kentin sahip olduğu çevre, yönetim ve hizmet bakımından daha çocuk dostu hale gelmesini destekleyecek bir çerçeve sunar. Çocuk dostu bir kent sadece çocuklar için iyi olan kent değil, aynı zamanda çocukların nezdinde de iyi bir kenttir. Çocuk dostu bir kentte iyi yönetim, şehrin gelişim gündeminde çocukları görülür kılmayı ve karar verme sürecinde çocuklara katılım fırsatı vermeyi gerektirir. Esasen çocuk dostu kent genç vatandaşlarının tümü için şunları taahhüt eder (Riggio, 2002: 46-48);

- Aile, toplum ve sosyal hayata katılabilmek;
- Şehirleri konusundaki kararlarda etkili olmak;
- İstedikleri şehir konusunda fikirlerini ifade etmek;
- Sağlık, eğitim vb. temel hizmetlere erişim;
- Temiz su içmek
- Sömürü, şiddet ve istismardan korunma;
- Sokaklarda yalnız güvenle yürümek;
- Arkadaşlarıyla görüşmek ve oynamak;
- Bitki ve hayvanlar için yeşil alanlara sahip olma;
- Kirlili olmayan ve sürdürülebilir bir çevrede yaşamak;
- Kültürel ve sosyal organizasyonlara katılmak;
- Desteklenmek, sevilme, bakılmak ve
- Etnik köken, din, gelir, cinsiyet ve/veya engellilik durumuna bakılmaksızın kentin sunduğu her türlü hizmete erişime sahip eşit vatandaşlar olmak.

Çocuk haklarını hayata geçirmeyi hedefleyen bir şehir, yönetim sistemini, Çocuk Hakları Komitesince tanımlanan dört genel Çocuk Hakları Sözleşmesi ilkesi üzerinde temellendirecektir. Bu ilkeler; “ayrımcılık yapmamak”, “çocuğun menfaatini öncelikli öneme



sahip olması”, “yaşama ve azami gelişim hakkı” ve “çocuğun görüşüne saygı duymak” (Riggio, 2002: 48-50). Ayrıca çocuk dostu kent olma, “temel yapı taşı” olarak tanımlanan bir dizi adımı gerektiren bir süreçtir ve çocuk katılımı unsuru sürecin her adımında göz önünde bulundurulmalıdır. Bu adımlar şöyle sıralanabilir (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Bilgi Notu”, 2009);

- Çocukların katılımını sağlamak
- Çocuk dostu bir yasal çerçeveye sahip olmak
- Tüm şehri kapsayan bir çocuk hakları stratejisi geliştirmek
- Bir çocuk hakları birimi yaratmak veya koordinasyon mekanizmasına sahip olmak
- Çocuklar üzerindeki etkinin değerlendirilmesi ve ölçülmesini sağlamak
- Uygun bir çocuk bütçesine sahip olmak
- Şehirdeki çocukların olağan durumuna dair bir raporun oluşturulmasını sağlamak
- Çocuk haklarının yetişkinler ve çocuklar tarafından bilinmesini sağlamak
- Çocuklar için bağımsız savunuculuğu desteklemek

Genç ve çocuklara dair girişimlerin teşvik edilmesi sadece ailelerin ve toplumların talebi değil aynı zamanda iyi yönetimin bir göstergesidir. Bu durumun farkına varan düşük, orta ve yüksek gelire sahip ülkelerdeki şehir yönetimlerinin sayısı arttıkça dünyada çocuk dostu kentler hareketi de gelişmektedir. Pek çok belediye kendilerini çocuk dostu olarak tanımlamış, çocuklar için şehir genelinde planlar geliştirmiş, çocuk odaklı politikalar oluşturmuş, bütçeyle ilgili reformlar yapmış, karar alma sürecine çocukları dâhil etmiş ve çocuklar için belediye gündemi geliştirmek için Çocuk Hakları Sözleşmesini uygulamıştır (Riggio, 2002: 53).

Çocuk Dostu Kent girişiminin ilk örnekleri İtalya’da 1990’lı yıllarda ortaya çıkmıştır. İtalya’nın küçük bir kenti olan Fano’dan ülke çapına yayılmış olan bu hareket, 2001 yılında Roma’nın da katılımıyla uluslararası bir boyutta devam etmiştir (Özservet, 2015a: 55). İtalya’da Çevre Bakanlığı, birçok ilçe ve şehirde kabul edilen Çocuk Dostu Kentler programını koordine etmektedir. Çocuk konseyleri çocukların görüşlerinin yerel yönetimler dâhilinde ifade edilebileceği resmi bir mekanizma sağladığı için İtalya ve diğer Avrupa şehirlerinde tercih edilen bir çocuk katılım modelidir (“UNICEF Child Friendly Cities”; “UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri”).

Fransa’da 2002’de başlatılan "Ville amie des enfants" (Çocuk Dostu Kent) programı, her büyüklükte yaklaşık 170 şehirden oluşan bir ağı temsil etmektedir. Çocuk dostu olmaya kendini adanmış şehirler tanınma belgesi ile ödüllendirilmek amacıyla başvurumaktadırlar.

Tamamlanan başvuru formu, bir değerlendirme komitesi tarafından 5 alana dayalı olarak incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Bu alanlar; çocukların günlük hayatı, çocuk katılımı programları, uluslararası dayanışmanın desteklenmesi, çocuk hakları bilgisi ve UNICEF ile ortaklık şeklinde sıralanabilir. Bir şehir veya ilçe çocuk dostu olarak tanındıktan sonra, bu 5 çalışma alanı ile ilgili hedefleri daha da geliştirmek için etkinliklerin iyileştirilmesine kendini adanmaktadır. Süreçte şehirleri desteklemek için web sitesi, anket ve puan tahtası gibi çeşitli araçlar geliştirilmiştir. Alınan derslerin paylaşılmasını sağlamak üzere yıllık toplantılar düzenlenmektedir (“UNICEF Child Friendly Cities”).

İsviçre’de Çocuk Dostu Kent programı; devlet, sivil kuruluşlar ve UNICEF İsviçre Komitesi tarafından desteklenmektedir. Çocuk dostu olma süreci yedi adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar; öz değerlendirmeye dayalı bir durum analizinin geliştirilmesi, Milli Komite’nin ve özel çalışma grubunun geri bildirimleri, belediyenin sürece başvuru için alacağı resmi karar, görüşlerini ifade etmeleri için çocuklar ve gençlerle bir çalıştayın düzenlenmesi, bir eylem planının geliştirilmesi, öz değerlendirme raporunun ve eylem planının dışarıdan bir komite tarafından değerlendirilmesi ve sertifikanın verilmesi olarak sıralanabilir. Bir ara dönem raporu sunulmaktadır ve dört yıl sonra şehir; ilerleme kaydedildiğini kanıtlamalı ve yeni bir durum analizi ile eylem planı geliştirmelidir (“UNICEF Child Friendly Cities”).

İspanya *Ciudades Amigas de la Infancia* (Çocuk Dostu Kentler) programını, 1990’larda Çocukları Koruyucu Belediyeler girişimi içerisinde oluşturduğu deneyimi geliştirerek 2000’de başlattı. Program şeffaf bir yönetim yapısına ve çocuklar için şehir genelinde hedeflere sahiptir. Başlıca amaç politik gündemlerde çocukların yer almasıdır. Bu kapsamda belediye başkanları ve şehir konseylerini çocuklara yönelik kent düzeyinde politikalar geliştirmeleri için duyarlı hale getirmek istenmektedir. Çocuk dostu kent olarak tanınmak için şehrin/ilçenin şu şartları yerine getirmesi gerekmektedir: Şehir genelinde bir çocuk stratejisinin bulunması; eylem planı veya koordineli eylem; bir çocuk veya genç konseyinin veya benzer mekanizmaların yaratılması; uygulamayı yapmak için gerekli masraflara katlanılacağına kabulünü ifade ederek tüm şehir/ilçe konseyi toplantısının resmi bağlılığı. Çocuk Dostu Kent unvanı, belgelendirmeyi değerlendiren sektörler arası bir jüri tarafından dört yıl süre ile verilmektedir. Program için, web sitesi ve çok sayıda göstergeyi içeren bir anket dahil olmak üzere, süreçte şehirleri desteklemek için yararlı araçlar geliştirilmiştir (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri”; Riggio, 2002: 53).

Filipinler’de Çocuk Dostu Kentler oluşturmaya yönelik çalışmalar 1990’ların sonlarında başladı. Programın çocuk hakları esaslarını aileden şehir veya bölgeye her seviyede

teşvik etmeyi amaçlayan hedef merkezli bir çerçeve içerisinde ulusal bir boyutu bulunur. Ulusal hükümet 1998’den bu yana Çocuk Dostu Kentler ve belediyeler için ‘Başkanlık Ödülleri’ vermektedir. Çocuk dostu olarak ödüllendirilmek için şehirlerin ve toplulukların, ulusal çocuk eylem planı içerisinde geliştirilen, hayatta kalmaya, gelişime, korunmaya ve katılıma dair 24 hedef ve göstergeye erişmiş olması gerekmektedir. Buna ek olarak şehirler çocuklara dört “armağan” sunmalıdır: çocuklar için bir yerel kalkınma planı, çocuklar için bir yerel yatırım planı, çocuklara dair bir yerel kanun ve çocukların durumuna dair bir rapor. Ödül ile teşvik edilen birçok şehir “dört hediye” desteklemiştir. Güney Afrika’da Büyük Johannesburg Metropolitan Konseyi’nin girişimi Çocuklar için bir Metropolitan Eylem Programı geliştirilmesini de içerir. Program çocukların yerel kanunlar üzerinde etkili olmasını sağlamakta, çocuk haklarını şehir planlamaya dâhil etmekte ve ana kaynakları şehrin en yoksun çocuklarına tahsis etmektedir (“UNICEF Child Friendly Cities”; “UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri”).

İşgal altındaki Filistin bölgesinde çocuk dostu kentler programı 1996’da çok zor şartlar altında yoğun nüfuslu yerlerde yaşayan toplumlara destek olmak için bir pilot çalışma olarak başladı. Hedefi; merkezsizleştirme sürecini desteklemek, halk katılımını teşvik etmek, çocuklar, aileler ve toplumların günlük yaşantılarına Çocuk Hakları Sözleşmesinin kurallarını uyarlamaktı. Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın toplum temelli örgütlerle işbirliği sonucunda oluşturduğu kıstaslara göre yerel topluluklar seçildi. Çocuk aktivite merkezleri, çocuklar için, yerel halkla ve özellikle de çocuklarla işbirliği yaparak etkinlikler hazırlayan özel ortamlar olarak geliştirildi. Bu merkezlerden on beşi (dokuzu Batı Şeria’da ve altısı da Gazze’de) gençlerin gönüllü çalışmasına dayanarak kuruldu (Riggio, 2002: 53-54).

UNICEF Brezilya tarafından desteklenen Belediye Onay Mührü çocuk dostu belediyelere ait sertifikadır. İletişim, ortaklık, izleme ve ölçme temel unsurlarına dayalı strateji, çocuk haklarının gerçekleştirilmesine ilişkin edinimlerin görünürlüğünü sağlayarak kamu idareleri arasında olumlu rekabeti harekete geçirmeyi ve çocuk refahının iyileştirilmesinde bu idarelerin geride kalmamalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Performans altı ayda bir niceliksel ve niteliksel yöntemler aracılığıyla değerlendirilmektedir. Başarı düzeyi sosyal etki, kamu politikası yönetimi ve sivil katılım alanlarındaki hedefler ve göstergelerle ölçülmektedir. Prestij sertifikası; bir etkinlik kapsamında verilmektedir (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri”).

Cuenca, Guayaquil, Quito, Riobamba ve Tena gibi Ekvator şehirlerinde çocuklar çocuk dostu kent ölçütlerinin tanımlanmasına yardımcı olmaktadır. La Ciudad que Queremos girişimi

(Bizim İstedığımız Şehirler) tahminlerine göre çocuk ve yetişkinler belediye kararlarına katılmakta ve kendi haklarını ifade etmektedirler. Georgia’da Georgia Çocuk ve Gençlik Parlamentosu; çocuk ve gençlerin kendi görüşlerini ifade etmeleri, yönetim becerisi edinmeleri ve çocuk hakları konusunda bilinç kazandırmaları için temel bir alan haline gelmiştir (“UNICEF Child Friendly Cities”).

Amman Büyükşehir Belediyesi, 2004’te, Çocuk Dostu Kent Yürütme Kuruluşu ile Çocuk Dostu Kent çalışmalarına başladı. Sonrasında katılımcı bir yaklaşımla “Çocuklar için Politika ve Öncelikler” belgesi geliştirildi. Bu belge çocukların sağlığı, korunması ve güvenliği, kültür, resmi olmayan eğitim-öğretim/okula devamsızlık ve çocuklar tarafından kurulan çevreler alanlarına yoğunlaşmış olan, çocukların yaşamını iyileştirmek için bütünleştirici bir strateji sağlamaktadır. Bu belgenin bütününde bilinçlendirme, kapasite geliştirme ve çocuk katılımı güçlü unsurlardır. Çocuk katılımını sağlamak için seçimle 4 belediye çocuk konseyi kurulmuştur (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri”).

Hırvatistan’da 1999 senesinde çocuk haklarını sağlamak ve çocukların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Topluluklar Birliğini de kapsayan geniş bir koalisyon olan (Bizim Çocuklarımız, Hırvatistan, Hırvat Sosyal ve Koruyucu Pediatri Topluluğu, Devlet Aile, Anne ve Gençleri Korunma Enstitüsü ve UNICEF) Hırvat Kentler ve Eyaletler Çocukların Dostu Girişimini başlattı (Riggio, 2002: 54).

Yukarıda sayılan ülkeler, çocuk dostu kent uygulamalarının başarılı bir şekilde yürütüldüğü ülkelerden sadece bazılarıdır. Daha öncede ifade edildiği gibi günümüzde Çocuk Dostu Kent uygulamalarını başlatan ülkelerin sayısında artış gözlenmektedir. Bununla birlikte birçok ülkede Çocuk Dostu Kent çalışmaları olgunlaşmamış bir konumdadır. Özellikle kendilerini etkileyen toplumsal kararların alınmasında daha yüksek bir çocuk katılımının sağlanması amacıyla atılması gereken önemli adımlar bulunmaktadır. Devam eden çalışmaların kapsamlı olarak gözlemlenip değerlendirilmesi gerekmektedir.

### **3. TÜRKİYE’DE ÇOCUK DOSTU KENT ÇALIŞMALARI**

Türkiye’de Çocuk Dostu Kent çalışmaları bir proje ile başlanmıştır. Projede, UNICEF, İçişleri Bakanlığı ve İller İdaresi’nin birlikte hazırladığı illere göre öncelikli yaşam kalitesi göstergeleri olarak adlandırılan ve 81 ilin yaşam kalitesinin 25 kriter çerçevesinde ölçeklendirilmeye çalışıldığı bir çalışma bulgularından hareket edilmiş ve yapılan çalışmalar neticesinde 12 pilot şehrin (Sivas, Uşak, Gaziantep, Kırşehir, Karaman, Antalya, Kayseri, Erzincan, Konya, Tekirdağ, Bursa, Trabzon) Çocuk Dostu Kent adayı olmasına ve kriterler

çerçevesinde gelişim göstermeleri gerektiğine karar verilmiştir (“İller İdaresi İllere Göre Öncelikli Yaşam Kalitesi Göstergeleri”; Topsümer vd., 2009: 14). Pilot illerde Çocuk Dostu Kent olma yolunda çalışmalar sürdürülmektedir. Sürdürülen çalışmalara ilişkin şu örnekler verilebilir (Berkün ve Sezer, 2015: 1118);

1. Tekirdağ; Çocuk Festivali
2. Bursa: Bilim ve Teknoloji Merkezi
3. Uşak: Çocuk Dostu Medya Eğitimi
4. Antalya: Çocuklar İçin Medya Dünya Zirvesi'ne ev sahipliği başvurusu
5. Karaman: Çocuk Dostu Okul Projesi
6. Konya: Bebek Dostu İl Çalışmaları
7. Kırşehir: İl Çocuk Meclisi
8. Kayseri: web sitesi hizmeti
9. Gaziantep: Çocuk Dostu Medya Logosu
10. Sivas: Beslenme Dostu Okullar Projesi
11. Erzincan: Sokak Ligi
12. Trabzon: Bebek Dostu Hastane

2014- 2015 döneminde UNICEF Türkiye Milli Komitesi ve IKEA finansal desteği ile UNICEF Türkiye Ofisi bir proje başlatmıştır. Uygulamaya koyulan Çocuk Dostu Kentler Projesi kapsamında, çocuk dostu politika ve programlar geliştirilmesi ve mekânlar oluşturulması için belediyelere destek verilmiştir. Kentlerde yaşayan ve öncelikli olarak dezavantajlı bölgelerde ikamet eden çocuklara ulaşılmıştır. Çocuk Dostu Şehirler projesi gençlerin aktif katılımı ile uygulanmıştır (“UNİCEF Çocuk Dostu Şehirler”). Özellikle sokakların revize edilmesi ile oyun sahası işlevini yitiren sokak alanlarına Çocuk Dostu formatında yeni bir kimlik verilmiştir. Çocuk Dostu Sokakların yaygınlaşması ile şehrin bütününün çocukların aktif olabileceği mekânlar haline getirilmesi hedeflenmiştir(Yazgan, 2017: 27).

2016-2020 Ülke Programı kapsamında ise şu hedefler belirlenmiştir (“UNİCEF Çocuk Dostu Şehirler, 2018):

- Yerel yönetimlerin çocuk katılımlı politika ve program tasarımı konusunda güçlendirilmesi,

- Belirli bölgelerde çocukların oyun hakkına erişimlerinin desteklenmesi
- Gençlerin çocuk hakları savunucusu olmaları için güçlendirilmeleri,
- Doğrudan ve dolaylı olarak çocukların faydalandığı programların yeterli kaynaklara sahip olması ve bu kaynakların zaman içinde artırılması,
- Ülke içinde ve dışında iyi çocuk dostu program örneklerinin yaygınlaştırılması,

UNICEF, çocuk haklarının yerel düzeyde gerçekleşmesi için, mümkün olduğunca fazla belediyeye ulaşmayı hedeflemekte ve UNICEF'in uzmanlığının bulunduğu belirli tematik alanlarda tüm ilgili belediyelerin kayıt olarak katılabileceği düzenli eğitimler ve belediyelerin birbirleri ile bilgi ve deneyimlerini paylaşabilecekleri toplantılar düzenlemektedir (“UNICEF Çocuk Dostu Şehirler”).

Kentsel gelişme alanlarının planlanması ve çevrenin düzenlenmesi sürecinde en önemli aktör konumunda olan belediyelerin “çocuk dostu kentler” in oluşturulmasında önemli işlevleri bulunmaktadır. Türkiye’de mevzuatla belediyelere ve il özel idarelerine gençlik ve spor, çocukların korunması ve çocukların sosyo-kültürel gelişimlerinin sağlanmasına yönelik olarak çok çeşitli alanlarda görev ve yetkiler verilmektedir. Dünya geneline baktığımızda benzer gelişmeleri görmek mümkündür. Her ne kadar çocuk ve aileye yönelik politikalar merkezi yönetim politikaları olarak düşünülse de uygulama aşamasında yerel yönetimlerin ön plana çıktığı görülmektedir (Berkün & Sezer, 2015: 1119).

Türkiye’de yerel yönetim mevzuatına bakıldığında 5393 sayılı Belediye Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 5302 sayılı İl özel İdareleri Kanunu içerisinde çocuk ve gençlere yönelik görev ve sorumluluklar görülmektedir. Ancak mevzuatta bulunan belediye ve il özel idarelerine verilen yasal görevler daha çok sosyal belediyecilik alanındadır. Belediyeler özellikle çocuklara yönelik olarak; kreş, çocuk yuvası, çocuk kulüpleri, kimsesiz çocuklar için yuvalar, parklar, çocuk bahçeleri, oyun alanları, trafik ve eğitim alanları gibi hizmetleri yürütmektedirler. Yerel yönetimler sundukları hizmetlerin niteliğini ve öncelikleri belirlerken hizmet sundukları kitlenin de görüşlerine başvurmaktadırlar. Halkın katılımı yerel yönetimlerin başarısını artırmakta ve tüm sosyal grupların katılımı teşvik edilmektedir. Dolayısıyla yerel yönetim bünyelerinde oluşturulan “çocuk meclisleri” ile çocuklar, katılımı, tartışmayı, kentine sahip çıkmayı ve çevresel sorunlara ilgi duymayı öğrenmektedirler (Yıldırım ve Göktürk, 2008: 250). Diğer taraftan çocuklar, birçok yetişkinin dahi ifade etmekten kaçınabileceği görüşleri açıkça ve olduğu gibi dile getirme cesaretine sahip olduğundan, şehir yaşamındaki olumlu ve olumsuz değişmelerin gözlenmesi, izlenmesi,

denetlenmesinde çocukların görüşleri önemli bir ölçüttür (Koç, Tavşancıl ve Demir, 2015: 137).

Kentlerin aşırı kalabalıklaşması ve rekreasyon alanlarının azlığı kentlerde en çok çocukları etkilemektedir. Eskiden mahallelerin arasında güvenle oyun oynayan, park ve bahçelerde dolaşabilen çocuklar günümüzde apartman hayatına teslim olmakta, onların ebeveynleri ise haklı olarak kentin karmaşası ve güvensiz ortamı içerisinde çocuklarını yalnız başlarına dışarı çıkarmamaktadırlar (Yıldırım ve Göktürk, 2008: 250). Bu bağlamda çocuk dostu kent oluşturmak sadece belediyelerin gerçekleştirebileceği bir alan değildir. Çocuk dostu kent oluşturmak, başta çocuklar ve aileleri olmak üzere ilgili tüm kişi ve kuruluşların katılımı ile gerçekleşebilir (Gökmen, 2013: 821). Gerçekleştirilen her türlü çalışma hem kentin yenilenmesi sürecine hem de şehir imajına olumlu bir katkı sağlayacaktır (Topsümer vd., 2009: 17).

Daha özlü bir ifade ile çocuk dostu kent çalışmalarının çocuklar, örgütler ve toplum açısından birçok yararı bulunmaktadır. Çocuk açısından bireylik bilincinin oluşması, kendine güven duygusunun artması, “öteki” kavramının anlaşılması ve farklılıklara saygı duyma hissinin gelişmesi, adaletli davranma becerisinin edinilmesi, ömür boyu sürecek bir katılım olgusunun oluşması, yeni sosyal ağlar kurulması mümkün olacaktır. Çocuklara hizmet veren örgütler ise kurumsal kimliklerini inşa ederken bu tür katılım faaliyetleri sayesinde çocukların önceliklerine duyarlı, inovatif bir program oluşturabilme ve katılımcı süreçlere zemin oluşturma imkânı bulacaklardır. Son olarak en geniş perspektifte toplumun genelinin refahı yükselecektir (Arın ve Özsoy, 2015: 186).

#### **4. ÇOCUK DOSTU KENT ÇALIŞMALARINA YÖNELİK BİR İNCELEME: BURSA ÖRNEĞİ**

Bursa sanayileşmenin kentleşmeden hızlı gerçekleştiği ve yoğun göç alan kentlerdendir. 2017 yılı verilerine göre Bursa'nın nüfusu 2.936.803 olarak hesaplanmıştır. Nüfusun %21,61'i 0-19 yaş aralığındadır (“TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi”, 2018). Bursa ilinde yüzölçümü 10.882 km<sup>2</sup> olup, kilometrekareye 270 kişi düşmektedir. Kentsel hizmet gereksiniminin hızla arttığı ve bu anlamda kentsel hizmetlerin profesyonel bir şekilde sunulduğu yönetimlere gereksinim duyan büyük şehirlerden biri olan Bursa, bu özellikleri ile çocukların sağlıklı gelişimleri için çocuk dostu kent çalışmalarını destekleyen iller arasındadır.

2010 Bursa İli Sokakta Yaşayan ve/veya Çalıştırılan Çocuklara Yönelik Yeni Hizmet Modeli ve İl Eylem Planı Çalışmaları raporuna göre, kuruluştan hizmet alan ve sokakta yaşayan

68 çocuk bulunmaktadır. Bu çocukların %73,5'i 15–17 yaş, %20,6'sı ise 12–14 yaş aralığındadır. %42,6'sı boşanmış ailelere sahiptir. Ayrıca bu çocukların %67,7'si ara sıra veya düzenli olarak madde kullanmaktadır. Bursa'da sokakta çalıştırılan 310 çocuk bulunmaktadır. Sokakta çalıştırılan çocukların 243'ünün 10-15 yaş aralığında olduğu, %30,32'sinin Bursa'da, %61,3'ünün ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde doğduğu tespit edilmiştir (Sokakta Yaşayan ve/veya Çalıştırılan Çocuklara Yönelik Yeni Hizmet Modeli ve İl Eylem Planı Çalışmaları Raporu, 2010: 58).

Bursa Türkiye'de çocuk dostu çalışmalarının bir adım ötesine giderek” Aile Dostu Kent” çalışmalarını başlatan ilk ildir. Bursa Büyükşehir Belediyesi bünyesinde Aile Dostu Kent Projesi ile yapılacak çalışmaların statik bir hesap ile değil; dinamik, gelişebilen, adapte olabilen ve ayarlanabilen bir model yardımıyla oluşturulmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda, halkın ve ilgili tüm kişilerin açık ve dijital bir ortamdan bilgiye rahatça ulaşabilmeleri hedeflenmiştir. Ayrıca mahalle ölçeğinde kentin mevcut durumunun saptanması, kent kullanıcılarının beklentileri, ihtiyaç analizleri yönünde çalışmalar yapılması planlanmıştır (Kaypak, 2016: 142).

Bursa on yılı aşkın bir zamandır kent konseyi ve belediyeler bünyesinde oluşturulan çocuk meclisleri aracılığıyla çocuk ve gençlere yönelik önemli faaliyetler gerçekleştirmektedir. Çalışma ile Bursa merkezinde yaşayan ve gönüllülük esasıyla anket uygulanan çocuk katılımcıların görüşlerinden hareketle, Bursa'nın ne ölçüde çocuk dostu olduğuna dair ipuçları elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırma grubunu, 3 merkez ilçe (Yıldırım, Osmangazi ve Nilüfer) ve 1 ilçede (Mudanya) yaşayan 125 çocuk oluşturmuştur. Elde edilen bulgularla, çocuk bakış açısıyla çeşitli boyutlarda Bursa'nın ne ölçüde çocuk dostu olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Örneklemenin seçiminde, amaçlı örnekleme<sup>2</sup> yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak 30 likert ölçekli sorunun yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Bu form literatür taraması ile elde edilen bilgilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Uygulama sürecinde, 160 soru formu dağıtılmış, 131 adet geri dönüş olmuş ve 125 anket formu geçerli bulunarak kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS programıyla analiz edilmiştir. Araştırmada güvenilirlik katsayısı (Cronbach alfa=0.86 ) olarak bulunmuştur. Araştırmaya ilişkin temel hipotez ise şu şekildedir;

**H<sub>1</sub>:** *Çocuk bakış açısıyla Bursa'nın Çocuk Dostu olan ve olmayan boyutları bulunmaktadır.*

---

<sup>2</sup> Amaçlı örneklemede, örneklem araştırmacının araştırma problemine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmaktadır (Altunışık vd., 2007, s. 132).



#### 4.1. Demografik Bulgular

- Örneklem cinsiyet değişkeni dağılımına göre 34 erkek (%27,2) ve 91 (%72,8) kızdan oluşmaktadır.
- Yaş değişkeni dağılımına göre örneklem incelendiğinde; 9 yaşında olan 39 (%31,2), 10 yaşında olan 48 (%38,4) ve 11 yaşında olan 38 (% 28,8) katılımcı bulunmaktadır.
- “Yaşadıkları yer” değişkenine göre dağılımlar incelendiğinde; Yıldırım ilçesinde yaşayan 58 (% 46,4), Osmangazi ilçesinde yaşayan 21 (%16,8), Nilüfer ilçesinde yaşayan 16 (% 12,8) ve Mudanya ilçesinde yaşayan 30 (% 24) katılımcı bulunmaktadır.

#### 4.2. Diğer Bulgular

Soru formunda demografik sorulardan sonra çocuk dostu kent kavramına ve Bursa'nın çocuk dostu niteliklerine ilişkin ifadelerin yer aldığı likert sorular bulunmaktadır. Likert ölçekli sorularda 5'li likert ölçeği kullanılmıştır ve olumlu ve olumsuz tutum ifadelerini içeren her maddenin karşısında “5 Kesinlikle Katılıyorum”, “4 Katılıyorum”, “3 Kararsızım”, “2 Katılmıyorum” ve “1 Kesinlikle Katılmıyorum” seçenekleri bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda katılımcıların ifadelerine katılım düzeyleri ve ortalamaları görülmektedir.

Sorular içerisinde, Bursa'nın sosyal ilişkiler, ulaşım, temel hizmetler, güvenlik, katılım, çocuk dostu belediyeçilik, doğa ve çevresel niteliklerini değerlendiren ifadeler yer almaktadır.

Tablodan da görülebileceği üzere, çocukların gözüyle Bursa; çocukları seven ve saygı duyan insanların yaşadığı, tarihi eser ve mekânlara, oyun ve eğlence alanlarına sahip olan bir kenttir. Bursa, hayvan, bitki ve ormanlar açısından zengindir. Sokak hayvanlarının korunduğu ve beslendiği Bursa'da çocuklar kendileri gibi arkadaşları ve birçok çocuğun da yaşadığını düşünmektedir. Katılımcılar ifadelerin büyük bir bölümüne olumlu yanıtlar vermişlerdir. Ancak özellikle güvenlik, ulaşım ve erişilebilirlik açısından Bursa'nın olumsuz özelliklere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla elde edilen bulgular H<sub>1</sub> hipotezinin kabul gördüğünü kanıtlar niteliktedir.

**Tablo: 1** Katılımcıların Bakış Açısıyla Bursa Çocuk Dostu Bir Kent Mi?

Madde No	1	2	3	4	5	Ortalama ±(SS)
1.Bursa çocukları seven ve saygı gösteren insanların olduğu bir kenttir.	3,2	8	7,1	39,2	42,4	4.09±1.05
2. Bursa, çocukların istedikleri yerlere rahat ve güvenli olarak gidebilecekleri bir kenttir.	33,6	40,8	8,8	9,6	7,2	2.16±1.2
3.Bursa, çocukların şiddet görmediği bir kenttir.	19,2	20,8	25,6	19,2	15,2	2.9±1.33
4. Bursa, çocuklar için sosyal ve kültürel tesislerin bulunduğu bir kenttir.	4	10,4	8	44,8	32,8	3.92±1.08
5.Bursa, çocuklara göre oyun ve eğlence alanlarının olduğu bir kenttir.	0,8	4	4,8	47,2	43,2	4.28±0.79
6. Bursa, çocukların arkadaşlarının olduğu, çocuklarla dolu bir kenttir.	4	2,4	11,2	40,8	41,6	4.13±1.98
7.Bursa, çocukların kendilerini rahatça ifade edebildiği bir kenttir.	10,4	28,8	32,8	18,4	9,6	2.88±1.12
8.Bursa, çocukların stres ve baskıdan uzak tutulduğu bir kenttir.	18,4	32	16	24	9,6	2.74±1.27
9. Bursa, tarihi mekân ve eserlerin olduğu bir kenttir.	8,8	3,2	2,4	33,6	52	4.16±1.2
10.Bursa, güzel sokak ve parkların olduğu bir kenttir.	3,2	7,2	20,8	37,6	31,2	3.86±1.04
11.Bursa trafik kurallarına uyulan, düzenli bir kenttir.	13,6	30,4	19,2	20	16,8	2.96±1.31
12.Bursa'da toplu taşıma araçları ve yollar çocukların kullanımına uygun olarak tasarlanmıştır.	24	28,8	15,2	23,2	8,8	2.64±1.31
13.Bursa, güvenli bir kenttir.	19,2	36,8	18,4	12,8	12	2.61±1.27
14.Bursa, yetişkin ve çocukların birlikte güzelleştirmek için çalıştığı bir kenttir.	10,4	20	18,4	32,8	18,4	3.28±1.26
15.Bursa, yeterli sayıda okul ve sağlık kuruluşunun olduğu bir kenttir.	4	8,8	24	41,6	20,8	3.66±1.03
16.Bursa, çevrenin temiz tutulduğu bir kenttir.	9,6	23,2	21,6	30,4	17,5	3.18±1.22
17.Bursa, yardıma muhtaç çocuklara yardım edilen bir kenttir.	8	19,2	32	23,2	17,6	3.23±1.18
18. Bursa, yoksulların ihtiyaçlarının yetkililerce karşılandığı bir kenttir.	8,8	11,2	4,8	28	45,6	3.91±1.33
19.Bursa, çocukların bilgi ve becerilerinin geliştirildiği bir kenttir.	4	9,6	6,4	44	35,2	3.97±1.08
20. Bursa, herkesin barış içinde yaşadığı bir kenttir.	3,2	8	12,8	42,4	33,6	3.93±1.03
21.Bursa, çocukların düşünüldüğü ve değerli olduğu bir kenttir.	4	9,6	6,4	44	35,2	3.97±1.08
22. Bursa, çocuk haklarının savunulduğu bir kenttir.	4	10,4	8	44,8	32,8	3.92±1.08
23. Bursa, çocukları sevindiren doğal güzelliklere sahip bir kenttir.	7,2	23,2	21,6	32	16	3.26±1.19
24. Bursa, hayvan, bitki ve ormanların olduğu bir kenttir.	3,2	8,8	12	32,8	43,2	4.04±1.09
25.Bursa, çocukların yaşamaktan mutlu olduğu bir kenttir.	4,8	17,6	17,6	35,2	24,8	3.57±1.17
26.Bursa, çocukların kötü alışkanlıklar edinmesinin engellendiği bir kenttir.	4	10,4	19,2	29,6	36,8	3.84±1.15
27.Bursa, sokak hayvanlarının korunduğu ve beslendiği bir kenttir.	8	3,2	7,1	42,4	39,2	4.09±1.05
28. Bursa'da, birçok sosyal ve kültürel etkinlik düzenlenmektedir.	5,6	18,4	19,2	36,8	20	3.47±1.16
29. Bursa'da sokak, cadde ve binalar; yaşlı ve engellilerin kullanımına uygundur.	28,8	24	15,2	23,2	8,6	2.64±1.31
30. Bursa'da, çocuklara sağlık hizmetleri verilirken güler yüzlü ve sevgiyle yaklaşmaktadır.	9,6	23,2	21,6	30,4	17,5	3.18±1.22

## 5. SONUÇ

Kent yönetiminde, kentte yaşayan herkesin kendisini mutlu hissedebileceği politikalar geliştirmek istenilen en büyük hedefler arasındadır. Bu hedef çocuklar boyutunda çocuk haklarını uygulayan bir kent ve yerel yönetim sisteminin oluşturulması şeklinde ifade edilmekte ve “çocuk dostu kent” çalışmaları içerisinde sürdürülmektedir.

Günümüz sanayi kentleri çocukların sağlıklı gelişimi açısından birçok riske sahiptir. Bu bağlamda özellikle yerel kamu hizmetlerini yürüten belediyelere çok önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Çocukların gelişim haklarına güvenle erişimlerini sağlayan çocuk dostu mekânlar yaratmak yerel yönetimlerin üzerine düşen en önemli görevler arasındadır. Son yıllarda dünyada ve Türkiye’de ortaya çıkan proje ve uygulamaların bu anlamda önemli birer adım olduğu kabul edilebilir.

Bursa, Türkiye’de çocuk dostu kent çalışmalarının başlatıldığı ilk 12 il arasındadır. Bu anlamda Bursa’da birçok başarılı projeye imza atılmıştır. Yapılan alan araştırması bulguları da çocukların gözüyle Bursa’nın sevilen, çocuklarla dolu, doğal ve kültürel güzellikleri bulunan, parklara, oyun alanlarına, sosyal ve kültürel tesislere sahip bir kent olduğunu doğrulamaktadır. Bununla birlikte yapılan alan araştırması bulguları, çocukların Bursa’yı güvenlik, ulaşım ve erişilebilirlik açısından olumsuz olarak nitelendirdiklerini göstermektedir.

Türkiye’de yerel yönetim mevzuatı incelendiğinde belediyelere çocukların her türlü sosyal, fiziksel, bilişsel gelişimlerine katkı sağlayacak yetki ve işlevlerle donatıldığını görmek mümkündür. Kaynak yönünden güçlü olan belediyelerin çocukların gelişimine yönelik başarılı projeleri hayata geçirdiği görülse de bunların henüz yeterli düzeyde olduğunu söylemek güçtür. Öte yandan çocuk dostu kent oluşturma projelerinin henüz Türkiye’de birçok yerel yönetim kurumu tarafından yeterince bilinmediği görülmektedir. Konunun yerel yönetimlerin de faydalanabileceği akademik platformlarda tartışılması, kent yönetimi politikalarının başarısında yarar sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Arın, S. ve Özsoy, A. (2015) “Kentsel Mekan Tasarımında Çocuk Katılımı”, Çocuk ve Kent İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi Sayı: 17, ss.182-201.
- Berkün, S. ve Sezer, Ö. (2015) “Çocukların Korunması Sürecinde Çocuk Dostu Kentler ve Yerel Yönetimlerin Rolü”, 1. Uluslararası Kent Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitabı, 4. Cilt, ss.1106-1127.
- Birleşmiş Milletler (1989) Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, Erişim Adresi: [http://cocukhaklari.barobirlik.org.tr/dokuman/mevzuat\\_uamevzuat/birlesmismilletler.pdf](http://cocukhaklari.barobirlik.org.tr/dokuman/mevzuat_uamevzuat/birlesmismilletler.pdf) (24.02.2019).
- Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Politika Forumu Çocuk Yoksulluğu Çalışma Grubu Kuruluş Bildirgesi, (2005).<http://www.spf.boun.edu.tr/docs/Cocuk%20Yoksullugu%20Calisma%20Grubu%20kurulus%20bildirgesi.pdf> (19. 09. 2014).
- Çakmak, C., Çapak, H., Konca, M. ve Korku, C. (2017) “Bir Halk Sağlığı Sorunu Olarak Çocuklara Yönelik Şiddet: Gazete Haberleri Üzerinden Bir Araştırma”, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(13), ss.85-101.
- Çocuk Haklarına Dair Sözleşmesi HDK Grubu (2008) Çocuklara Yönelik Şiddetin Raporlanması <http://www.icc.org.tr/uploads/documents/icc-violence-1.pdf> (24. 09. 2014).
- Gökmen, H. S. (2013). Çocuk dostu kent üzerine stratejiler, TMMOB 2. İzmir Kent Sempozyumu Bildiriler Kitabı.
- İllere Göre Öncelikli Yaşam Kalitesi Göstergeleri, Erişim Adresi: <http://www.illeridairesi.gov.tr/iller/Illericerik.aspx?icerik=242> (04. 02. 2018).
- Kaypak, Ş. (2016) “İnsanlar İçin Kente Bakış: Dost Kentler”, 2. Uluslararası Çin’den Adriyatik’e Sosyal Bilimler Kongresi Kongre Kitabı, Uluslararası İlişkiler - Kamu Yönetimi- Hukuk Özel Sayısı, ss.134-146.
- Koç, N., Tavşancıl, E. ve Demir, E. (2015) “Çocuk Dostu Şehir Girişimi ve Çocukların Gözüyle Ankara”, Çocuk ve Kent İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi Sayı: 17, ss.106-139.
- Ofluoğlu, G. ve Uysal, T. (2018) “Küreselleşme ve Bilgi Toplumunda Çocuk İşgücü”, Yönetim Çalışma Hayatı ve Sendikacılık Uygulamaları, Ed: Talas, M. & Derin, H., İksad Yayınevi: Gaziantep
- Özservet, Ç. Y. (2015a) “Takdim”, Çocuk ve Kent İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi Sayı: 17, ss.5-11.
- Özservet, Ç. Y. (2015b) “Aile Dostu Kent İçin Kavramsal Analiz”, Aile Dostu Kentler Etüt Araştırması, ss.53-68.
- Riggio, E. (2002) “Child Friendly Cities: Good Governance in the Best Interests of the Child” Environment & Urbanization, 14(2), pp. 45-58.
- Runyan D.K. ve Zolotor A.J. (2011) “International Issues in Child Maltreatment”, Child Abuse And Neglect: Diagnosis, Treatment and Evidence, Ed: Carole, J., Elsevier, Canada.
- Severcan, Y. C. (2015) “Çocukların Gözünden Çocuk Dostu Yer Kavramı ve Yaşanılan Çevrelerin Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği”, Çocuk ve Kent İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi Sayı: 17, ss.140-181.
- Sivri, G. H. (2013) “Çocuk Dostu Kent Üzerine Stratejiler”, TMMOB 2. İzmir Kent Sempozyumu Bildiriler Kitabı, ss. 829-821.
- Sokakta Yaşayan ve/veya Çalıştırılan Çocuklara Yönelik Yeni Hizmet Modeli ve İl Eylem Planı Çalışmaları Raporu (2010), Erişim Adresi: <http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/shcek-kitap-baskiya-hazir-rec4agus11.pdf> (21.01.2019).
- Topsümer, F., Babacan, E. Ve Baytekin, E. P. (2009) “Şehir ve Çocuk Dostu Şehir Girişiminin Şehir İmajına Katkısı”, İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 35, ss.5-20.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2018), Erişim Adresi: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları 2018”, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1059](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059) (18.01.2019).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2017) Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması, Erişim Adresi: [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1011](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1011), (18.01.2019).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2012). Çocuk İşgücü Anketi Sonuçları, Erişim Adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13659> (04.12 2018).

- United Nations, (2005), Sustainable Development Goals 2030: Poverty Fact Sheets, Erişim Adresi: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/poverty/> (14.01.2018).
- UNICEF, (2016), “Basın Merkezi”, Erişim Adresi: <https://www.unicefturk.org/yazi/yoksulluk> (18.01.2019).
- UNICEF Child Friendly Cities: An international initiative promoting child participation in local government, Erişim Adresi: <http://www.unicef.org/rightsite/sowc/pdfs/panels/Child%20Friendly%20Cities.pdf> (14.01.2018).
- UNİCEF, (2009). Çocuk Dostu Şehirler Bilgi Formu, Erişim Adresi: <http://childfriendlycities.org/tr/genelbakis/cocuk-dostu-sehir-nedir/> (24. 09. 2014).
- UNİCEF, (2006). Çocuk Dostu Şehir Projesi Uygulama Yönergesi, Erişim Adresi: <https://childfriendlycities.org/resources/> (21. 11. 2018).
- UNİCEF, Çocuk Dostu Şehirler Uygulama Örnekleri, Erişim Adresi: <https://childfriendlycities.org/resources/> (02. 11. 2018).
- UNİCEF Çocuk Dostu Şehirler, Erişim Adresi: <http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/CFC%20Catalogue-TR.pdf> (14.01.2018).
- Yalçınkaya, Ş. (2015) “Modern Kentin Yeni Kamusal Alanında Çocuk, Alışveriş Merkezleri ve Serbest Zaman Etkinlikler”, Çocuk ve Kent İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi Sayı: 17, ss.80-105.
- Yayla, Y. (2017) “Küresel Dünya’da ve Türkiye’de Çocuk İşçiliği: Uluslararası ve Ulusal Yasal Düzenlemeler ve Ampirik Göstergeler”. TBB Dergisi, Sayı: 128, ss.413-436.
- Yazgan, B. (2017) “İstanbul İlinde Çocuk Dostu Kent İçin Mekân, Çevre, Tasarım, Gelişim Eksenli Bir Proje: “Esenler Çocuk Sokağı” Örneğinin İncelenmesi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Okul Öncesi Öğretmenliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yıldırım, U. ve Göktürk, İ. (2008). Toplumsal sorunların çözümünde yeni belediyeçilik anlayışı: Sosyal belediyeçilik yaklaşımı”, 1. Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Sakarya.
- Yiğit, R., Ügücü, G. ve Kaya, S. (2018) “Yoksulluk: Çocuk Sağlığını Tehdit Eden Bir Durum”, Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 2(2), ss.83-98.
- 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyeleri Kanunu, (2004, 10 Temmuz), Resmi Gazete (Sayı: 25531) Erişim Adresi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf> (10.03.2018).
- 5302 Sayılı İl Özel İdareleri Kanunu, (2005, 4 Mart), Resmi Gazete (Sayı: 25745) Erişim Adresi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5302.pdf>, (10.03.2018).
- 5393 Sayılı Belediye Kanunu, (2005, 3, Temmuz), Resmi Gazete (Sayı: 25874) Erişim Adresi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>, (10.03.2018).

**Citation:** Öztürk T. & Eren Ö. (2019), Yaralanmalı İş Kazalarının En Fazla Meydana Geldiği İlk Otuz Sektörün Entropi Tabanlı Sıralama Tekniği İle Ayrıntılı İncelenmesi, BMIJ, (2019), 7(1): 153-171 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1053>

## YARALANMALI İŞ KAZALARININ EN FAZLA MEYDANA GELDİĞİ İLK OTUZ SEKTÖRÜN ENTROPİ TABANLI SIRALAMA TEKNİĞİ İLE AYRINTILI İNCELENMESİ

Tufan ÖZTÜRK <sup>1</sup>

Özge EREN <sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 23/12/2018

Accepted (Kabul Tarihi): 01/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

Ülkemizde, son yıllarda ekonomik alandaki gelişme ve iyileşme, çeşitli ekonomik faaliyet kollarının iş hacmini artırmıştır. Artan iş hacmi, birçok alanda olumlu etkiler meydana getirirken iş kazaları ve meslek hastalıklarının önlenmesinde olumsuz etkiler de göstermiştir. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) 2016 yılı İş Kazaları İstatistik Tablosu genel olarak incelendiğinde, iş kazası sonrası kazazedenin, sağlık ve güvenlik sorunları bakımından etkilenme derecesinin, kaza günü işe devam edebilmesi ile yaşamını kaybetmesi aralığında dağıldığı görülmektedir. Ülkemizde yaşanan iş kazaları, gündemde değerlendirilirken genellikle en fazla iş kazası yaşanan sektörler, ya da en fazla ölümlü iş kazaları yaşanan sektörler değerlendirilmektedir. Bu şekilde yapılan değerlendirmelerde çalışan sayısı, diğer sektörlere göre daha fazla olan sektörler ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, her sektörden eşit sayıdaki kazazedenin, kaza sonuçlarından etkilenme durumları incelenmiştir. İlk olarak kazazedelerin kazadan etkilenme derecesine göre her bir kriter Entropi yöntemi ile ağırlıklandırılmış, daha sonra ise sektörler MAUT yöntemi ile sıralanarak çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İş Sağlığı ve Güvenliği; Kaza Değerlendirmeleri; Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri

**Jel Kodları:** I15, C61, J8, J28

## A DETAILED EXAMINATION OF THE FIRST THIRTY SECTORS WHERE INJURY WORK ACCIDENTS ARE MOST WITH ENTROPY-BASED SORTING TECHNIQUE

### ABSTRACT

Recently various economic activity branches in Turkey has increased the business volume. These recoveries also has caused negative effects on the prevention of occupational accidents and diseases while bringing positive effects to many fields. When The Social Security Institution (SSI) Statistical Year book of the Year 2016 is examined in detail, it is seen that the degree of injury to health and safety problems after the work accident is distributed in the range of loss of life by being able to continue work on the accident day. When the work accidents in our country are evaluated on the agenda, they are generally regarded as these sectors that have the highest number of work accidents or these sectors with the highest mortal accidents. Sectors with a higher number of employees than other sectors are at the forefront. In this article, the cases of equal number of victims from each sector and their impacts from accident results were examined. Sectors were ranked according to the degree of injury affected by the accident, and the results were evaluated. Based on the degree of injury to the survivor, each criterion was firstly weighted with the Entropy method, and then the results ranked by the MAUT method.

**Keywords:** Occupational Health and Safety; Accident Assessments; Multi Criteria Decision Making Techniques

**Jel Codes:** I15, C61, J8, J28

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, [dr.tufanozturk@gmail.com](mailto:dr.tufanozturk@gmail.com),

<sup>2</sup> Doktor Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, [ozgeeren@aydin.edu.tr](mailto:ozgeeren@aydin.edu.tr),

<https://orcid.org/0000-0003-2685-4824>

<https://orcid.org/0000-0002-3850-818X>

## 1. GİRİŞ

Literatürde iş kazalarını ve meslek hastalıklarını anlamak ve önlemek adına sayısız çalışmalar yapılmıştır. Heinrich, Fine, Levitt ve Hinze gibi bilim adamları da iş kazaları ve meslek hastalıklarının sebeplerini bulmaya çalışmışlardır (S. A. Baradan 2016). İş kazaları ve meslek hastalıklarının sebeplerini bularak proaktif önlemler geliştirmek iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları bakımından oldukça önemli bir çözüm yoludur. İş kazalarına neden olan etkenlerin, bulunması için gerek sektörlerin bire bir incelenmesi gerekse de istatistiksel verilerin incelenerek anlamlandırılması son derece önemlidir. Bu kapsamda, İş kazalarının oluşması, sıklığı, etkileri, sonuçları vb. özelliklerinin istatistiksel tablolar kullanılarak değerlendirilmesi iş kazalarının sebeplerine giden ipuçları olarak düşünülmelidir.

Yardım ve diğ. (2007), 2000 - 2005 yılları iş kazası ve meslek hastalıkları sonucu ortaya çıkan ölüm hızlarını hesaplayarak iş sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili mevcut durumu incelemiş konuya ilişkin öneriler getirmişlerdir. Ceylan (2011), ise Türkiye'deki iş kazalarının genel görünümünün, gelişmiş ülkelerdeki durumla kıyaslanması ile ilgili bir çalışma gerçekleştirmiştir. Erginel ve Toptancı (2017), Sosyal Güvenlik Kurumu'ndan alınan İç Anadolu Bölgesi inşaat sektörüne ait 2005 - 2015 yılları iş kazası verilerini çeşitli bilgilere göre tasnif ederek göreceli önem derecelerini ortaya çıkarmışlardır. (Camkurt 2007), işyeri çalışma sistemi ve işyerindeki fiziksel faktörlerin, iş kazaları üzerine etkilerini araştırmıştır. (Müngen 1993), Türkiye'deki inşaat iş kazalarının analizinden elde ettikleri ile, iyileştirici önerilerde bulunmuştur. (Güranlı 2006), İş kazalarına ait istatistiksel bilgilerden elde ettikleri ile inşaat sektörü ve diğer sektörleri iş kazaları bakımından da karşılaştırmıştır. (Arslanhan ve Cünedioğlu 2010), çalışmalarında, iş kazası ve meslek hastalığının en fazla maden sektöründe meydana geldiğini belirtmişlerdir. (Baradan ve diğ. 2011) çalışmalarında, en fazla ölümlü iş kazalarının, inşaat sektöründe meydana geldiği ve bu sektörün iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili gelişmeleri yakından takip etmesi gerekliliği belirtilmiştir. Bugüne kadar ülkemizde yapılan birçok istatistiksel araştırmada, iş kazaları sonucunda meydana gelen ölüm, yaralanma ve diğer olumsuz sonuçların ekonomik faaliyet kollarına göre ayrı ayrı toplanarak büyükten küçüğe sıralanması ile sektörlerdeki toplam kayıp sıralamaları oluşturulmuştur. Bu şekilde yapılan sıralamalarda, inşaat, kara taşımacılığı, maden, metal gibi çalışan sayısı diğer faaliyet kollarına göre daha fazla olan ekonomik faaliyet kolları, diğer ekonomik faaliyet kollarına göre daha üst sıralarda yer almaktadır. Diğer bazı çalışmalarda ise iş kazası sonuçları o faaliyet kolundaki çalışan sayısına oranlanmış ve oran bazlı sıralamalar oluşturulmuştur. Bu şekilde yapılan

sıralamalarda da kaza sonucunda oluşan durumların genellikle tek kritere göre değerlendirildiği görülmüştür.

Bu çalışmada ise, iş kazası sonrası ölüm ve sürekli iş göremezlik durumları dışındaki kazazede iş günü kayıp süreleri incelenmiştir. İncelemeler, 2016 yılında en fazla kazazede oluşan ilk otuz sektör verileri ve her bir sektördeki 1000 kazazede üzerinde yapılmıştır. Sadece ilk otuz sektör araştırmaya dahil edilerek sektörde meydana gelmiş olabilecek tesadüfî kazaların araştırmayı olumsuz şekilde etkilemesi engellenmiştir. Araştırmanın, 1000 kazazede üzerinden yapılması ile, iş kazalarının sektör bazında sık veya seyrek olmasından ziyade, her bir sektördeki eşit sayıda kazazedenin iş kazası sonucundan etkilenme derecelerine dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, 5510 Sayılı Kanun'un 4-a maddesi kapsamındaki sigortalılardan 2016 yılında iş kazası geçiren kazazedeler ile ilgili veriler Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) resmi sitesinden temin edilmiştir (SGK 2016). Bu verilerin incelenmesi sonucunda, 286.068 çalışanın herhangi bir iş kazası sebebiyle kazazede durumuna düştüğü ve 1405 çalışanın yaşamını kaybettiği görülmüştür. Bu iş kazaları sonucunda 3.453.702 gün geçici iş göremezlik kaybı oluşurken, 2016 yılında durumu netleşmiş 94 çalışan sürekli iş göremez duruma geçmiştir. Bu sonuçlar daha ayrıntılı incelendiğinde, iş kazası sonrası kazazedelerin sağlık ve güvenliklerinin sektörden sektöre oldukça farklı şekilde etkilendiği anlaşılmaktadır.

Çalışmamızda, farklı sektörlerde meydana gelen iş kazalarından, kazazedelerin sağlık ve güvenlik açısından etkilenme dereceleri hesaplanmıştır. Bu etkileme dereceleri, SGK verilerinde bulunan her ekonomik faaliyet koluna ait kazazede sayısının kendi içinde 1000 kazazede cinsinden oranlanarak ağırlıklandırılmasıyla hesaplanmıştır. Kazazedenin iş kazası sonucundan etkilenme aralığı kriterleri seçilirken; “Kaza günü çalışır sayısı, Kaza günü iş göremez sayısı, 2 gün iş göremez sayısı, 3 gün iş göremez sayısı, 4 gün iş göremez sayısı, 5 ve daha fazla gün iş göremez sayısı” şeklinde kategorilendirilen alan verileri kullanılmıştır. Kaza sonucu oluşan farklı iki duruma ait alan verileri araştırma dışı tutulmuştur. Bunlardan ilki olan ölüm sayısı, diğer tüm kriterlerle karşılaştırılamayacak kadar önemli bir kriter olması nedeniyle araştırmaya konu edilmemiştir. İkincisi ise, kazazedelere ait sürekli iş göremezlik durumunun kesinleşmesinin, genellikle sonraki yıllara sarkması nedeniyle, bu kriter de araştırmaya konu edilmemiştir. Araştırma, ekonomik faaliyet kolundaki kazazedelerin yaşam kaybı ve sürekli iş göremezlik durumları hariç, kaza sonucundan etkilenmesiyle oluşan yaralanma derecesi sıralamasını vermektedir. Kaza sıklığı sektörden sektöre değişmekle beraber bu çalışmada kaza sıklığı kullanılmamıştır. Yapılan araştırma sonucunda, listenin ilk sıralarında bulunan



ekonomik faaliyet kollarında çalışan kazazedelerin yaşadıkları iş kazaları sebebiyle iş göremezlik bakımından diğerlerine göre daha fazla etkilendikleri sonucuna varılmıştır.

## **2. YÖNTEM**

Çalışmada her bir ekonomik faaliyet kolunda 1000 kazazede üzerinden, iş kazalarından etkilenme durumu incelenmiştir. Kaza günü çalışır, kaza günü iş göremez, iki gün iş göremez, üç gün iş göremez, dört gün iş göremez, beş ve daha fazla gün iş göremez sigortalı sayılarından oluşturulan veriler, ilk olarak Entropi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Bu yöntem ile iş kazası sonuçlarından etkilenen çalışan sayılarının, sektör içindeki dağılımları incelenmiş ve iş kazası sonuçlarının sektörler içindeki ağırlıkları hesaplanmıştır. Bu ağırlıklandırmada, nesnel olması sebebiyle Entropi yöntemi tercih edilmiştir. Entropi yöntemi ile ağırlıklandırılan veriler, Çok Nitelikli Fayda Teorisi (MAUT) yöntemi ile işlenerek birbirine entegre edilmiştir. Birbiri ile çelişen ve birden fazla ölçütü olan kriterlerin sıralanması, problemine uygunluğu nedeniyle, MAUT yöntemi tercih edilmiştir (Zionts 1979). MAUT yönteminde kullanılacak kriterlerin maksimum veya minimum olma durumlarına karar verilirken, kazazede iş göremezlik süreleri iki farklı şekilde değerlendirilmiştir. Tümü iş kazasına uğramış çalışanların bilgilerinden oluşan bu çalışmada, iş kazasına uğramış kazazedelerin, kaza sonrası kazadan etkilenme durumları, işgöremezlik sürelerine göre değerlendirilmiştir. Bu sebeple iş kazası sonrası iş günü kaybı olmadan aynı gün işine devam edebilecek durumda bulunan kazazedelerin sayılarının maksimum seviyede olması istenen ve toplam faydayı arttıracak bir durum olarak kabul edilmiştir. Aynı şekilde, iş kazası sonrası iş günü kaybı yaşayan ve tedavi gerektiren kazazedelerin sayılarının da minimum seviyede olması istenen ve toplam faydayı artıracak diğer bir durum olarak kabul edilmiştir. Bu kabuller altında iş kazası sonrası kazazedenin iş kazasından etkilenmesi bakımından, ekonomik faaliyet kolları toplam faydanın en az olduğu sektörden toplam faydanın daha fazla olduğu sektöre kadar sıralanmıştır.

### **2.1. Entropi Metodu**

Entropi metodu, fen bilimlerinin konusu olan herhangi bir ısı dağılımındaki düzensizlikten, sosyal bilimlerin konusu olan bir gruptaki insanların davranış verilerindeki düzensizliğe kadar birçok bilgi düzensizliğinin anlaşılmasında sıkça tercih edilen bir yöntemdir. Metot, bu çalışmada olduğu gibi, her bir kriterin farklı bir öneme sahip olabileceği durumlarda, veri gruplarının ağırlıklandırılarak sıralanması olarak tanımlanabilir. Hesaplama, kriterler içindeki veri dağılımı incelenerek, tüm kriterlerin altında benzer ve benzer olmayan veriler belirlenir. Benzer verilerin, tüm kriterlere olan etkisi denk şekilde olacağından, bu tip verilerin

yoğun olduğu kriterlerin ağırlığı daha düşük olurken, benzer olmayan verilerin bulunduğu kriterlerin ağırlığı ise daha baskın şekilde etki edecektir. Bu şekildeki düzensizlikler incelenerek her kritere ait bir ağırlık katsayısı hesaplanır.

Entropi, literatürde ilk olarak Clausius (1867) tarafından sistemdeki belirsizlik ve düzensizlik ölçüsü olarak tanımlanmıştır. En önemli objektif ağırlıklandırma hesaplamalarından biri olan bu yöntem, Shannon (1948) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntemde, mevcut veriler tarafından sağlanan faydalı bilgilerin miktarını ölçmek temel amaç olmuştur (Wu 2011).

Bu yöntem kısaca aşağıdaki temel basamakları içerir.

İlk olarak  $R_{ij}$  karar matrisi düzenlenir ( $n \times m$  boyutlu  $n$ = alternatif sayısı  $m$ =kriter sayısı)

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1m} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2m} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ r_{n1} & r_{n2} & \dots & r_{nm} \end{bmatrix} \quad (1)$$

$r_{ij}$  = Ham verilerin 1000 kazazede üzerinden oranlanması ile elde edilmiştir.

$$x_{ij} = r_j \left[ \sum_{k=1}^n r_{kj} \right]^{-1}, \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (2)$$

$x_{ij}$  : Her bir ham verinin ( $r_{ij}$ ), normalize edilmiş halidir. Farklı yöntemlerle yapılan normalizasyonlar da mevcuttur.

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2m} \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ \cdot & & & \cdot \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nm} \end{bmatrix} \quad (3)$$

(3)'üncü ifadedeki her bir standardize (normalize) edilmiş değerin Entropi değeri hesaplanır. Entropi değeri  $e_j$  olarak gösterilmektedir.

$$k = \frac{1}{\ln(n)} \quad (4)$$

“ $k$ ” ile gösterilen sabitin kullanılmasındaki amaç  $e_j$  değerinin 0 ila 1 arasında çıkmasını sağlamaktır. Bu ifadedeki  $n$  değeri sıralanmak istenen alternatif sayısıdır.

$$e_j = -k \sum_{i=1}^n x_{ij} \cdot \ln x_{ij} \quad , \quad i = 1, 2, \dots, n \quad , \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (5)$$

$$f_j = 1 - e_j \quad , \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (6)$$

Her bir  $f_j$  değerinin, toplam  $f$  değerine bölünerek normalize edilmesi ile elde edilen “ $w_j$ ” değeri Entropi ağırlık değerini vermektedir.

$$w_j = f_j \left[ \sum_{k=1}^m f_k \right]^{-1} \quad , \quad k = 1, 2, \dots, m \quad , \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (7)$$

Bu çalışmada kriter olarak dikkate alınan göstergeler; kaza günü çalışılabilirlik, kaza günü iş göremezlik, 2 gün iş göremezlik, 3 gün iş göremezlik, 4 gün iş göremezlik, 5 ve daha fazla gün iş göremezlik süreleri tek tek değerlendirilmiş ve 6 kriter olarak incelenmiştir.

## 2.2. MAUT (Çok Nitelikli Fayda Teorisi)

Bu çalışmada, kriter (kazadan etkilenme derecesi) ağırlıkları Entropi Yöntemi ile belirlenmiş, alternatifler (sektörler) ise Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden MAUT ile sıralanmıştır. MAUT ilk olarak Fishburn (1967) ve Keeney (1974) tarafından uygulanmıştır. Loken ise 2007 yılında bu yöntemi geliştirmiştir. Son dönemde yapılan analizlerde MAUT yönteminin kullanımı oldukça olağanlaşmış bir durumdadır (Ömürbek ve diğ 2016). Bu yöntem, bir çok problem çözümünde ve alternatif seçiminde kullanıldığı gibi acil durum yöneticileri tarafından, alınan karar alma sürecinde de kullanılmıştır (Konuskan ve Uygun 2014). Bu çalışmada da MAUT yöntemi, iş kazaları sonucunda çalışana verdiği zararın büyüklüğü bakımından sektörlerin sıralanmasında kullanılmıştır.

Maut yöntemi, önceden maksimum veya minimum olma durumuna karar verilmiş kriterlere ait verilerin, 0 ila 1 arasında orantılı olarak tekrar dağılımı ile sıralanması olarak düşünülebilir. Bu yöntem, hem nicel hem de nitel kriterleri dikkate alarak, karar vericinin toplam faydasını (total utility) maksimum yapacak alternatifi seçmesini sağlayan bir yöntemdir. Bu yöntemde fayda, arzulanan bir ölçüt olup hem somut hem de somut olmayan kriterleri

karşılaştırmak ve / veya birleştirmek için bir fonksiyon olarak oluşturulur. Tek bir kritere ( $x$ ) göre, fayda  $u(x')$  ile gösterilir (Keeney ve Raiffa 1993). Genel toplam fayda ise aşağıdaki gibidir. İstenen de  $U_i$  değerinin maksimum olmasıdır.

$$U_i = \sum_{j=1}^m w_j u_{ij} \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (8)$$

$U_i$  = Her bir alternatifin toplam fayda değeri

$u_{ij}$  = Her bir alternatifin fayda değeri

$w_j$  = Entropi yöntemi ile elde edilen ağırlık katsayısı

$m$  = Kriter sayısı

$n$  = Alternatif sayısı

Bu yöntem kısaca aşağıdaki temel basamakları içerir.

Adım 1: Kriter ve alternatifler belirlenerek karar matrisi oluşturulur.

Adım 2: Entropi temelli olarak elde edilen ağırlıklar kullanılır. (Çalışmada ağırlıklandırma olarak Entropi kullanılmıştır. Ancak farklı ağırlıklandırma teknikler de kullanılabilir.)

$$\sum_{j=1}^m w_j = 1 \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (9)$$

Adım 3: Normalize edilmiş faydanın belirlenmesi için her bir fayda değeri  $u_i(x_i)$  maksimum ya da minimum olma durumuna göre farklı şekilde normalize edilir.

$$u_i(x_i) = \frac{x - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \quad (\text{Maksimize edilmesi için}) \quad (10)$$

$$u_i(x_i) = \frac{x_i^+ - x}{x_i^+ - x_i^-} \quad (\text{Minimize edilmesi için}) \quad (11)$$

Burada ;

$x_i^+$  = ilgili sütundaki en yüksek değer

$x_i^-$  = ilgili sütundaki en küçük değer

Adım 4: Toplam fayda hesaplanır.

$$U_i = \sum_{j=1}^m w_j u_{ij}, \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad j = 1, 2, \dots, m \quad (12)$$

Adım 5: Alternatifler toplam fayda puanına göre sıralanır.

### 3. UYGULAMA

Farklı ekonomik faaliyet kolunda meydana gelen ve iş kazası sonucu, ölen veya sürekli iş göremezlik geliri bağlananlar haricindeki kazazedelerin, kaza sonucundan iş göremezlik bakımından etkilenme durumlarını gösteren Tablo 3.1, SGK İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları İstatistik (2016) tablolarından oluşturulmuştur (SGK, İş Kazası ve Meslek Hastalıkları İstatistik Raporları 2016). Tablo 1'deki ekonomik faaliyet kolları, Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması Kodu (NACE) sıralamasına göre ve özetlenerek verilmiştir. Çalışmada ilk olarak Entropi yöntemi ile ağırlıklar oluşturulacaktır.

**Tablo 1.** Ekonomik Faaliyet Kollarındaki İş Kazasından Etkilenen Kazazede Sayısının İş Görmezlik Kriterlerine Göre Dağılımı.

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması	5510 Sayılı Kanunun 4-1/a Maddesi Kapsamındaki Zorunlu Sigortalıların Faaliyet Grubuna Göre Dağılımı, 2016	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						
			Kaza günü (çalışır)	Kaza günü (işgöremez)	2	3	4	5+(1)	Toplam
1	01-Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri	104.537	991	20	65	85	19	683	1.863
2	02-Ormancılık ve tomrukçuluk	34.666	189	4	17	12	5	118	345
3	03-Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği	8.467	425	6	16	17	3	115	582
4	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	37.582	2.570	260	319	532	199	4.394	8.274
5	06-Ham Petrol ve Doğalgaz çıkarımı	2.833	58	1	2	5	0	46	112
6	07-Metal Cevheri Madenciligi	22.991	568	19	38	55	15	342	1.037
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
86	97-Ev içi çalışan personelin işverenleri olarak hane halklarının faaliyetleri	23.735	5	1	0	0	0	8	14
87	98-Hane halkları tarafından kendi kullanımlarına yönelik olarak üretilen ayırım yapılmamış mal ve hizmetler	1.802	46	2	4	1	0	22	75
88	99-Uluslar arası örgütler ve temsilciliklerinin faaliyetleri	4.564	6	0	0	0	0	2	8
	Toplam	13.775.188	146.120	6.386	11.838	16.703	4.502	100.519	286.068

Tablo 1'deki bilgiler kullanılarak, 2016 yılında kazazede sayısının en fazla olduğu ilk otuz sektör, kazazede fazlalık sırasına göre sıralanarak Tablo 2 oluşturulmuştur.

**Tablo 2.** Kazazede Sayısının 2016 Yılında En Fazla Görüldüğü İlk 30 Ekonomik Faaliyet Kolunun, Kazazede Fazlalık Sırasında Gösterimi

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	5510 Sayılı Kanunun 4-1/a Maddesi Kapsamındaki Zorunlu Sigortalıların Faaliyet Grubuna Göre Dağılımı, 2016	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						
			Kaza günü (çalışır)	Kaza günü (işgöremez)	2	3	4	5 <sup>(1)</sup>	Toplam
1	25-Makine ve teçhizat hariç. fabrikasyon metal ürünleri imalatı	383.438	7.481	688	1.219	1.539	430	9.259	20.616
2	41-Bina inşaatı	1.194.432	11.272	179	503	818	184	7.203	20.159
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	323.744	8.893	152	399	640	137	4.656	14.877
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	434.823	7.453	355	642	960	185	4.756	14.351
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	408.554	6.071	401	662	969	245	5.098	13.446
6	24-Ana metal sanayii	145.268	4.176	439	717	1.019	343	6.387	13.081
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	609.318	8.161	173	386	671	170	3.065	12.626
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	217.688	4.892	283	601	887	224	4.834	11.721
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	658.230	7.352	185	395	569	148	2.982	11.631
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	1.250.670	6.127	164	334	510	113	2.511	9.759
11	29-Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	191.226	4.051	394	489	698	215	3.686	9.533
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	368.923	5.479	100	288	405	105	3.139	9.516
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	239.263	5.762	202	434	487	121	2.490	9.496
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	197.808	3.516	254	431	638	212	4.207	9.258
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	37.582	2.570	260	319	532	199	4.394	8.274
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	545.917	3.977	90	205	322	113	2.539	7.246
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	133.490	2.564	262	381	474	194	2.440	6.315
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	144.100	2.287	207	383	453	137	2.809	6.276
19	55-Konaklama	192.176	3.498	112	274	342	57	1.114	5.397
20	31-Mobilya imalatı	157.406	2.036	145	294	338	108	2.092	5.013
21	46-Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	670.685	2.347	77	141	265	72	1.933	4.835
22	85-Eğitim	759.780	4.132	33	71	93	12	403	4.744
23	38-Atığın toplanması. ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	86.583	2.235	94	207	349	77	1.521	4.483
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	284.363	3.826	27	72	81	20	434	4.460
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	148.076	2.228	111	202	280	56	1.400	4.277
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	466.829	2.640	112	110	197	63	982	4.104
27	82-Büro yönetimi. büro desteği ve iş destek faaliyetleri	407.266	1.842	65	105	152	26	852	3.042
28	16-Ağaç. ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç). saz. saman ve benzeri malzemelerden örülerek esvaların	63.986	1.110	78	119	149	38	1.320	2.814
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	53.117	985	52	109	179	36	1.182	2.543
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	288.090	1.532	24	53	70	24	570	2.273
	Toplam	11.062.831	130.495	5.718	10.545	15.086	4.064	90.258	256.166

Kazazede sayısının yüksekliği bakımından, ilk otuzda bulunan ekonomik faaliyet kollarını gösteren bu tablo incelendiğinde, ilk sırada yer alan Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri imalatında, 20.616 çalışanın kazazede durumuma düştüğü, son sırada yer alan Güvenlik ve soruşturma faaliyetlerinde, 2.273 çalışanın kazazede durumuma düştüğü görülmektedir. Tablo 2’de bulunan her ekonomik faaliyet kolundaki toplam kazazede sayıları, binde cinsinden ifade edilerek Tablo 3 oluşturulmuştur.

**Tablo 3.** İş Kazasından Etkilenen Kazazede Sayısının Sektör İçi Toplam Kazazede Sayısına Oranlanarak 1000 Kazazede Cinsinden Gösterimi ( $R_{ij}$  Matrisi)

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş güremsiz sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						Toplam
		1000 kazazededeki kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededeki kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededeki 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededeki 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededeki 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededeki 5+ gün iş göremeyenler	
1	25-Makine ve teçhizat hariç. fabrikasyon metal ürünleri imalatı	362,8735	33,3721	59,1288	74,6508	20,8576	449,1172	1.000
2	41-Bina inşaatı	559,1547	8,8794	24,9516	40,5774	9,1274	357,3094	1.000
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	597,7684	10,2171	26,8199	43,0194	9,2088	312,9663	1.000
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	519,3366	24,7370	44,7356	66,8943	12,8911	331,4055	1.000
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	451,5097	29,8230	49,2340	72,0660	18,2210	379,1462	1.000
6	24-Ana metal sanayii	319,2416	33,5601	54,8123	77,8992	26,2212	488,2654	1.000
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	646,3646	13,7019	30,5718	53,1443	13,4643	242,7530	1.000
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	417,3705	24,1447	51,2755	75,6761	19,1110	412,4221	1.000
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	632,1039	15,9058	33,9610	48,9210	12,7246	256,3838	1.000
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	627,8307	16,8050	34,2248	52,2595	11,5791	257,3010	1.000
11	29-Motorlu kara taşıtları. treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	424,9449	41,3301	51,2955	73,2193	22,5532	386,6569	1.000
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	575,7671	10,5086	30,2648	42,5599	11,0340	329,8655	1.000
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	606,7818	21,2721	45,7035	51,2848	12,7422	262,2157	1.000
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	379,7797	27,4357	46,5543	68,9134	22,8991	454,4178	1.000
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	310,6116	31,4237	38,5545	64,2978	24,0512	531,0612	1.000
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	548,8545	12,4206	28,2915	44,4383	15,5948	350,4002	1.000
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	406,0174	41,4885	60,3325	75,0594	30,7205	386,3816	1.000
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	364,4041	32,9828	61,0261	72,1797	21,8292	447,5781	1.000
19	55-Konaklama	648,1379	20,7523	50,7689	63,3685	10,5614	206,4110	1.000
20	31-Mobilya imalatı	406,1440	28,9248	58,6475	67,4247	21,5440	417,3150	1.000
21	46-Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	485,4188	15,9255	29,1624	54,8087	14,8914	399,7932	1.000
22	85-Eğitim	870,9949	6,9562	14,9663	19,6037	2,5295	84,9494	1.000
23	38-Atığın toplanması. ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	498,5501	20,9681	46,1744	77,8497	17,1760	339,2817	1.000
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	857,8475	6,0538	16,1435	18,1614	4,4843	97,3094	1.000
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	520,9259	25,9528	47,2294	65,4664	13,0933	327,3322	1.000
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	643,2749	27,2904	26,8031	48,0019	15,3509	239,2788	1.000
27	82-Büro yönetimi. büro desteği ve iş destek faaliyetleri	605,5227	21,3675	34,5168	49,9671	8,5470	280,0789	1.000
28	16-Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç). saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek esyaların	394,4563	27,7186	42,2886	52,9495	13,5039	469,0832	1.000
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	387,3378	20,4483	42,8628	70,3893	14,1565	464,8053	1.000
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	673,9991	10,5587	23,3172	30,7963	10,5587	250,7699	1.000
	Toplam	15.743,3253	662,9253	1.204,6189	1.715,8480	461,2275	10.212,0549	30.000

Bu tablo her bir ekonomik faaliyet kolunda kazazede durumuna düşen 1000 çalışanın kaza sonucundan etkilenme durumunun dağılımını göstermektedir. Aynı zamanda bu tablo entropi yönteminin karar ( $R_{ij}$  matrisi) matrisini oluşturmaktadır. Tablo 3.3 ( $R_{ij}$  matrisi), denklem 2 kullanılarak, normalize edilmiş ve Tablo 4 ( $X_{ij}$  matrisi) elde edilmiştir.

**Tablo 4.**  $R_{ij}$  Martisinin Normalize Edilmiş Hali ( $X_{ij}$  Matrisi)

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						Toplam
		1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler	
1	25-Makine ve teçhizat hariç. fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,0230	0,0503	0,0491	0,0435	0,0452	0,0440	0,0333
2	41-Bina inşaatı	0,0355	0,0134	0,0207	0,0236	0,0198	0,0350	0,0333
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	0,0380	0,0154	0,0223	0,0251	0,0200	0,0306	0,0333
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	0,0330	0,0373	0,0371	0,0390	0,0279	0,0325	0,0333
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	0,0287	0,0450	0,0409	0,0420	0,0395	0,0371	0,0333
6	24-Ana metal sanayii	0,0203	0,0506	0,0455	0,0454	0,0569	0,0478	0,0333
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,0411	0,0207	0,0254	0,0310	0,0292	0,0238	0,0333
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0,0265	0,0364	0,0426	0,0441	0,0414	0,0404	0,0333
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	0,0402	0,0240	0,0282	0,0285	0,0276	0,0251	0,0333
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,0399	0,0253	0,0284	0,0305	0,0251	0,0252	0,0333
11	29-Motorlu kara taşıtı. treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,0270	0,0623	0,0426	0,0427	0,0489	0,0379	0,0333
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	0,0366	0,0159	0,0251	0,0248	0,0239	0,0323	0,0333
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	0,0385	0,0321	0,0379	0,0299	0,0276	0,0257	0,0333
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0,0241	0,0414	0,0386	0,0402	0,0496	0,0445	0,0333
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,0197	0,0474	0,0320	0,0375	0,0521	0,0520	0,0333
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	0,0349	0,0187	0,0235	0,0259	0,0338	0,0343	0,0333
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	0,0258	0,0626	0,0501	0,0437	0,0666	0,0378	0,0333
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,0231	0,0498	0,0507	0,0421	0,0473	0,0438	0,0333
19	55-Konaklama	0,0412	0,0313	0,0421	0,0369	0,0229	0,0202	0,0333
20	31-Mobilya imalatı	0,0258	0,0436	0,0487	0,0393	0,0467	0,0409	0,0333
21	46-Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,0308	0,0240	0,0242	0,0319	0,0323	0,0391	0,0333
22	85-Eğitim	0,0553	0,0105	0,0124	0,0114	0,0055	0,0083	0,0333
23	38-Atığın toplanması. ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	0,0317	0,0316	0,0383	0,0454	0,0372	0,0332	0,0333
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	0,0545	0,0091	0,0134	0,0106	0,0097	0,0095	0,0333
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,0331	0,0391	0,0392	0,0382	0,0284	0,0321	0,0333
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	0,0409	0,0412	0,0223	0,0280	0,0333	0,0234	0,0333
27	82-Büro yönetimi. büro desteği ve iş destek faaliyetleri	0,0385	0,0322	0,0287	0,0291	0,0185	0,0274	0,0333
28	16-Ağaç. ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç). saz. saman ve benzeri malzemelerden örülerek esvaların	0,0251	0,0418	0,0351	0,0309	0,0293	0,0459	0,0333
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0,0246	0,0308	0,0356	0,0410	0,0307	0,0455	0,0333
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	0,0428	0,0159	0,0194	0,0179	0,0229	0,0246	0,0333
	Toplam	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000

Tablo 4 ( $X_{ij}$  matrisi)'nin her bir ( $x_{ij}$ ) değeri kendi  $\ln$  değeri ile çarpılarak Tablo 5 elde edilmiştir.

Denklem 4'te bulunan,  $k=1/\ln(n)$  ifadesi ile k değeri 0,294 olarak hesaplanmıştır. Burada n değeri, sıralanmak istenen ekonomik faaliyet kollarının sayısı olan 30 dur.



**Tablo 5.**  $X_{ij}$  Ve  $LnX_{ij}$  Matrislerinin Çarpımından Elde Edilen Matris Tablosu

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları					
		1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler
1	25-Makine ve teçhizat hariç. fabrikasyon metal ürünleri imalatı	-0,0869	-0,1505	-0,1480	-0,1364	-0,1400	-0,1374
2	41-Bina inşaatı	-0,1185	-0,0578	-0,0803	-0,0886	-0,0776	-0,1173
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	-0,1242	-0,0643	-0,0847	-0,0924	-0,0781	-0,1068
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	-0,1125	-0,1227	-0,1223	-0,1265	-0,1000	-0,1112
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	-0,1019	-0,1395	-0,1307	-0,1331	-0,1277	-0,1223
6	24-Ana metal sanayii	-0,0790	-0,1510	-0,1406	-0,1404	-0,1630	-0,1454
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	-0,1311	-0,0802	-0,0932	-0,1076	-0,1032	-0,0889
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	-0,0962	-0,1206	-0,1344	-0,1377	-0,1319	-0,1296
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	-0,1291	-0,0895	-0,1006	-0,1014	-0,0991	-0,0925
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	-0,1285	-0,0932	-0,1012	-0,1063	-0,0925	-0,0927
11	29-Motorlu kara taşıtı. treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	-0,0975	-0,1730	-0,1344	-0,1346	-0,1476	-0,1240
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	-0,1210	-0,0657	-0,0926	-0,0917	-0,0893	-0,1109
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	-0,1255	-0,1104	-0,1241	-0,1049	-0,0992	-0,0940
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	-0,0898	-0,1318	-0,1257	-0,1291	-0,1491	-0,1385
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	-0,0775	-0,1445	-0,1102	-0,1231	-0,1540	-0,1537
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	-0,1170	-0,0745	-0,0881	-0,0946	-0,1145	-0,1157
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	-0,0943	-0,1734	-0,1500	-0,1369	-0,1804	-0,1239
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	-0,0872	-0,1493	-0,1511	-0,1333	-0,1444	-0,1371
19	55-Konaklama	-0,1313	-0,1084	-0,1335	-0,1218	-0,0865	-0,0789
20	31-Mobilya imalatı	-0,0944	-0,1367	-0,1471	-0,1272	-0,1431	-0,1307
21	46-Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	-0,1073	-0,0896	-0,0901	-0,1100	-0,1108	-0,1269
22	85-Eğitim	-0,1601	-0,0478	-0,0545	-0,0511	-0,0286	-0,0398
23	38-Atığın toplanması. ıslah ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	-0,1093	-0,1092	-0,1250	-0,1403	-0,1225	-0,1131
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	-0,1586	-0,0429	-0,0578	-0,0481	-0,0450	-0,0443
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	-0,1128	-0,1269	-0,1270	-0,1246	-0,1011	-0,1103
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	-0,1307	-0,1313	-0,0847	-0,1001	-0,1133	-0,0880
27	82-Büro yönetimi. büro desteği ve iş destek faaliyetleri	-0,1253	-0,1107	-0,1018	-0,1030	-0,0739	-0,0986
28	16-Ağaç. ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç). saz. saman ve benzeri malzemelerden örülerek esvaların	-0,0924	-0,1327	-0,1176	-0,1073	-0,1034	-0,1415
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	-0,0912	-0,1073	-0,1187	-0,1310	-0,1069	-0,1406
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	-0,1349	-0,0659	-0,0764	-0,0722	-0,0865	-0,0910
	Toplam	-3,3659	-3,3014	-3,3462	-3,3553	-3,3131	-3,3456

Tablo 5’de bulunan veriler ve k değeri kullanılarak, denklem 5 aracılığıyla her bir kritere ait  $e_j$  değerleri elde edilmiştir. Elde edilen  $e_j$  değerleri ile denklem 6 kullanılarak  $f_j$  değerleri hesaplanmıştır. Denklem 7 kullanılarak her bir  $f_j$  değerinin toplam  $f$  değerine bölümü ile  $w_i$  değerlerine ulaşılmıştır. Hesaplanan  $e_j$ ,  $f_j$  ve  $w_i$  değerleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** Hesaplamalar Tablosu

	1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler	SATIR TOPLAMLARI
ej	0,9896367	0,9706621	0,9838195	0,9865196	0,9741098	0,9836613	5,8884089
fi = 1-ej	0,0103633	0,0293379	0,0161805	0,0134804	0,0258902	0,0163387	0,5645943
wi	0,0928689	0,2629056	0,1449980	0,1208022	0,2320092	0,1464160	1,0000000

Tablo 6'daki wi değerleri her bir kritere ait entropi ağırlık oranını göstermektedir. Tablo incelendiğinde 1000 kazazededen, kazagünü işe devam edebilenlerin bulunduğu kriterin, 0,0928, kaza günü iş göremeyenlerin bulunduğu kriterin 0,2629, iki gün iş göremeyenlerin bulunduğu kriterin 0,1449, üç gün iş göremeyenlerin bulunduğu kriterin 0,1208, dört gün iş göremeyenlerin bulunduğu kriterin 0,1464, beş ve daha fazla gün iş göremeyenlerin bulunduğu kriterin ise 0,1464 oranında ağırlığa sahip oldukları görülmektedir.

Bu aşamadan sonra Tablo 3'de verilen  $R_{ij}$  matrisi, denklem 2 kullanılarak normalize edilmiş ve MAUT uygulaması için Tablo 7 oluşturulmuştur. Tablo 7'nin sütun sonlarında her bir sütunun maksimum ve minimum değerleri belirlenerek  $x_i^+$  ve  $x_i^-$  değerleri elde edilmiştir.

**Tablo 7.** Rij Matrisinin Normalize Edilmiş Matris Tablosu

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları					
		1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler
1	25-Makine ve teçhizat hariç. fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,0230	0,0503	0,0491	0,0435	0,0452	0,0440
2	41-Bina inşaatı	0,0355	0,0134	0,0207	0,0236	0,0198	0,0350
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	0,0380	0,0154	0,0223	0,0251	0,0200	0,0306
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	0,0330	0,0373	0,0371	0,0390	0,0279	0,0325
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	0,0287	0,0450	0,0409	0,0420	0,0395	0,0371
6	24-Ana metal sanayii	0,0203	0,0506	0,0455	0,0454	0,0569	0,0478
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,0411	0,0207	0,0254	0,0310	0,0292	0,0238
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0,0265	0,0364	0,0426	0,0441	0,0414	0,0404
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	0,0402	0,0240	0,0282	0,0285	0,0276	0,0251
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,0399	0,0253	0,0284	0,0305	0,0251	0,0252
11	29-Motorlu kara taşıtı. treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,0270	0,0623	0,0426	0,0427	0,0489	0,0379
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	0,0366	0,0159	0,0251	0,0248	0,0239	0,0323
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	0,0385	0,0321	0,0379	0,0299	0,0276	0,0257
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0,0241	0,0414	0,0386	0,0402	0,0496	0,0445
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,0197	0,0474	0,0320	0,0375	0,0521	0,0520
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	0,0349	0,0187	0,0235	0,0259	0,0338	0,0343
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	0,0258	0,0626	0,0501	0,0437	0,0666	0,0378
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,0231	0,0498	0,0507	0,0421	0,0473	0,0438
19	55-Konaklama	0,0412	0,0313	0,0421	0,0369	0,0229	0,0202
20	31-Mobilya imalatı	0,0258	0,0436	0,0487	0,0393	0,0467	0,0409
21	46-Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,0308	0,0240	0,0242	0,0319	0,0323	0,0391
22	85-Eğitim	0,0553	0,0105	0,0124	0,0114	0,0055	0,0083
23	38-Atığın toplanması. ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	0,0317	0,0316	0,0383	0,0454	0,0372	0,0332
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	0,0545	0,0091	0,0134	0,0106	0,0097	0,0095
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,0331	0,0391	0,0392	0,0382	0,0284	0,0321
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	0,0409	0,0412	0,0223	0,0280	0,0333	0,0234
27	82-Büro yönetimi. büro desteği ve iş destek faaliyetleri	0,0385	0,0322	0,0287	0,0291	0,0185	0,0274
28	16-Ağaç. ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç). saz. saman ve benzeri malzemelerden örülerek esyaların	0,0251	0,0418	0,0351	0,0309	0,0293	0,0459
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0,0246	0,0308	0,0356	0,0410	0,0307	0,0455
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	0,0428	0,0159	0,0194	0,0179	0,0229	0,0246
Sütun Maksimum Değeri		0,0553	0,0626	0,0507	0,0454	0,0666	0,0520
Sütun Minimum Değeri		0,0197	0,0091	0,0124	0,0106	0,0055	0,0083

Tablo 7’de elde edilen normalize matrisin tüm sütun değerleri denklem 10 ve denklem 11 kullanılarak, 0-1 aralığında toplam faydanın maksimum veya minimum olma durumuna göre sayı değerlerine dönüştürülerek  $u_{ij}$  matrisi olan Tablo 8 oluşturulmuştur.

Tablo 8'in oluşturulmasında, çalışmanın yöntem kısmında açıklandığı şekilde, ilk kriterin maksimum diğer kriterlerin minimum olmasının toplam faydayı artıracak kabul edilmiştir.

**Tablo 8.** Sütun Değerlerinin Maximim Ve Minimum Değer Matrisi ( $u_{ij}$  Matrisi)

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları					
		1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler
1	25-Makine ve teçhizat hariç, fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,0933	0,2291	0,0412	0,0544	0,3499	0,1837
2	41-Bina inşaatı	0,4435	0,9203	0,7832	0,6248	0,7660	0,3895
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	0,5124	0,8825	0,7426	0,5839	0,7631	0,4889
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	0,3725	0,4727	0,3537	0,1842	0,6325	0,4475
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	0,2514	0,3292	0,2560	0,0976	0,4434	0,3405
6	24-Ana metal sanayii	0,0154	0,2237	0,1349	0,0000	0,1596	0,0959
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,5991	0,7842	0,6612	0,4144	0,6121	0,6463
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0,1905	0,4895	0,2117	0,0372	0,4118	0,2659
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	0,5737	0,7220	0,5876	0,4851	0,6384	0,6157
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,5661	0,6966	0,5819	0,4292	0,6790	0,6137
11	29-Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,2040	0,0045	0,2113	0,0783	0,2897	0,3237
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	0,4732	0,8743	0,6679	0,5916	0,6983	0,4510
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	0,5285	0,5705	0,3327	0,4455	0,6377	0,6026
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0,1234	0,3966	0,3142	0,1504	0,2774	0,1718
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,0000	0,2840	0,4879	0,2277	0,2366	0,0000
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	0,4251	0,8203	0,7107	0,5601	0,5365	0,4050
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	0,1703	0,0000	0,0151	0,0475	0,0000	0,3243
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,0960	0,2400	0,0000	0,0957	0,3154	0,1871
19	55-Konaklama	0,6023	0,5852	0,2227	0,2432	0,7151	0,7277
20	31-Mobilya imalatı	0,1705	0,3546	0,0516	0,1753	0,3255	0,2550
21	46-Toptan ticaret, motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,3119	0,7214	0,6918	0,3865	0,5615	0,2942
22	85-Eğitim	1,0000	0,9745	1,0000	0,9759	1,0000	1,0000
23	38-Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	0,3354	0,5791	0,3224	0,0008	0,4805	0,4299
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	0,9765	1,0000	0,9744	1,0000	0,9307	0,9723
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,3753	0,4384	0,2995	0,2081	0,6253	0,4567
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	0,5936	0,4007	0,7430	0,5005	0,5452	0,6541
27	82-Büro yönetimi, büro desteği ve iş destek faaliyetleri	0,5263	0,5678	0,5755	0,4676	0,7865	0,5626
28	16-Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç), saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek esvaların	0,1496	0,3886	0,4068	0,4177	0,6107	0,1389
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0,1369	0,5938	0,3943	0,1257	0,5876	0,1485
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	0,6485	0,8729	0,8187	0,7885	0,7152	0,6283

Denklem 12 kullanılarak, Tablo 8'de bulunan her bir değer ( $u_{ij}$ ), entropi yöntemi ile hesaplanmış olan kendi sütununun ağırlıklandırılmış  $w_i$  değeri ile çarpılarak toplam faydayı

gösteren  $U_i$  matrisi yani Tablo 9 elde edilmiştir.  $U_i$  matrisi yani Tablo 9'un satır değerleri toplanarak, her faaliyet koluna ait toplam fayda değeri bulunmuştur.

**Tablo 9.** Ağırlıklandırılmış Sonuç Matrisi ( $U_i$  Matrisi)

Sıra Nu.	Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						Satır Değerleri Toplamı
		1000 kazazededen kaza günü işe devam edebilenler	1000 kazazededen kaza günü iş göremeyenler	1000 kazazededen 2 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 3 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 4 gün iş göremeyenler	1000 kazazededen 5+ gün iş göremeyenler	
1	25-Makine ve teçhizat hariç, fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,0087	0,0602	0,0060	0,0066	0,0812	0,0269	0,1895
2	41-Bina inşaatı	0,0412	0,2419	0,1136	0,0755	0,1777	0,0570	0,7069
3	43-Özel inşaat faaliyetleri	0,0476	0,2320	0,1077	0,0705	0,1770	0,0716	0,7064
4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	0,0346	0,1243	0,0513	0,0223	0,1467	0,0655	0,4447
5	13-Tekstil ürünlerinin imalatı	0,0234	0,0866	0,0371	0,0118	0,1029	0,0499	0,3115
6	24-Ana metal sanayii	0,0014	0,0588	0,0196	0,0000	0,0370	0,0140	0,1309
7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,0556	0,2062	0,0959	0,0501	0,1420	0,0946	0,6444
8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0,0177	0,1287	0,0307	0,0045	0,0955	0,0389	0,3160
9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	0,0533	0,1898	0,0852	0,0586	0,1481	0,0902	0,6251
10	47-Perakende ticaret ( Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,0526	0,1831	0,0844	0,0518	0,1575	0,0898	0,6193
11	29-Motorlu kara taşıtlı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,0189	0,0012	0,0306	0,0095	0,0672	0,0474	0,1748
12	42-Bina dışı yapıların inşaatı	0,0439	0,2299	0,0968	0,0715	0,1620	0,0660	0,6701
13	52-Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	0,0491	0,1500	0,0482	0,0538	0,1480	0,0882	0,5373
14	22-Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0,0115	0,1043	0,0456	0,0182	0,0644	0,0252	0,2690
15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,0000	0,0747	0,0707	0,0275	0,0549	0,0000	0,2278
16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	0,0395	0,2157	0,1030	0,0677	0,1245	0,0593	0,6096
17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	0,0158	0,0000	0,0022	0,0057	0,0000	0,0475	0,0712
18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,0089	0,0631	0,0000	0,0116	0,0732	0,0274	0,1842
19	55-Konaklama	0,0559	0,1539	0,0323	0,0294	0,1659	0,1066	0,5439
20	31-Mobilya imalatı	0,0158	0,0932	0,0075	0,0212	0,0755	0,0373	0,2506
21	46-Toptan ticaret, motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,0290	0,1897	0,1003	0,0467	0,1303	0,0431	0,5390
22	85-Eğitim	0,0929	0,2562	0,1450	0,1179	0,2320	0,1464	0,9904
23	38-Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	0,0311	0,1522	0,0468	0,0001	0,1115	0,0629	0,4047
24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	0,0907	0,2629	0,1413	0,1208	0,2159	0,1424	0,9740
25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,0349	0,1153	0,0434	0,0251	0,1451	0,0669	0,4306
26	14-Giyim eşyalarının imalatı	0,0551	0,1053	0,1077	0,0605	0,1265	0,0958	0,5509
27	82-Büro yönetimi, büro desteği ve iş destek faaliyetleri	0,0489	0,1493	0,0835	0,0565	0,1825	0,0824	0,6030
28	16-Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç), saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek esvaların	0,0139	0,1022	0,0590	0,0505	0,1417	0,0203	0,3875
29	17-Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0,0127	0,1561	0,0572	0,0152	0,1363	0,0217	0,3993
30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	0,0602	0,2295	0,1187	0,0953	0,1659	0,0920	0,7616

Tablo 9'da ( $U_i$  Matrisi) toplam fayda değerleri hesaplanan ekonomik faaliyet kolları, iş kazası sonrası toplam faydanın en az olduğu sektörden, toplam faydanın en fazla olduğu sektöre doğru sıralanarak Tablo 10 elde edilmiştir.

**Tablo 10.** İş Kazası Sonuçları Ağırlıklandırılmış Ekonomik Faaliyet Kolları Sıralaması

Sıra No.		Ekonomik Faaliyet Sınıflaması (NACE Rev. 2)	İş göremezlik sürelerine (gün) göre iş kazası geçiren sigortalı sayıları						
Kaza Şiddetine Göre Ağırlıklandırılmış Sıralama	Kazazede sayısına Göre Sıralama		1000 kazazede den kazazede den 1000 gün iş göremezlik süreleri	1000 kazazede den 1000 gün iş göremezlik süreleri	1000 kazazede den 2000 gün iş göremezlik süreleri	1000 kazazede den 3000 gün iş göremezlik süreleri	1000 kazazede den 4000 gün iş göremezlik süreleri	1000 kazazede den 5000 gün iş göremezlik süreleri	Satır Değeri Toplamı
1	17	27-Elektrikli teçhizat imalatı	0,0158	0,0000	0,0022	0,0057	0,0000	0,0475	0,0712
2	6	24-Ara metal sanayi	0,0014	0,0588	0,0196	0,0000	0,0370	0,0140	0,1309
3	11	29-Motorlu kara taşıtları (römork) ve yarı römork (yan römork) imalatı	0,0189	0,0012	0,0306	0,0095	0,0672	0,0474	0,1748
4	18	28-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,0089	0,0631	0,0000	0,0116	0,0732	0,0274	0,1842
5	1	25-Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,0087	0,0602	0,0060	0,0066	0,0812	0,0269	0,1895
6	15	05-Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,0000	0,0747	0,0707	0,0275	0,0549	0,0000	0,2278
7	20	31-Mobilya imalatı	0,0158	0,0932	0,0075	0,0212	0,0755	0,0373	0,2506
8	14	22-Kağıt ve plastik ürünleri imalatı	0,0115	0,1043	0,0456	0,0182	0,0644	0,0252	0,2690
9	5	13-Tekstil ürünleri imalatı	0,0234	0,0866	0,0371	0,0118	0,1029	0,0499	0,3115
10	8	23-Diğer metalik olmayan mineral ürünleri imalatı	0,0177	0,1287	0,0307	0,0045	0,0955	0,0389	0,3160
11	28	16-Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç), saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek esyalanlar	0,0139	0,1022	0,0590	0,0505	0,1417	0,0203	0,3875
12	29	17-Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı	0,0127	0,1561	0,0572	0,0152	0,1363	0,0217	0,3993
13	23	38-Ahşın toplaması, ıslah ve bertarafı faaliyetleri, maddelerin geri kazanımı	0,0311	0,1522	0,0468	0,0001	0,1115	0,0629	0,4047
14	25	33-Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,0349	0,1153	0,0434	0,0251	0,1451	0,0669	0,4306
15	4	10-Gıda ürünlerinin imalatı	0,0346	0,1243	0,0513	0,0223	0,1467	0,0655	0,4447
16	13	52-Taşınmazlıkların depolama ve destekleyici faaliyetleri	0,0491	0,1500	0,0482	0,0538	0,1480	0,0882	0,5373
17	21	46-Toptan ticaret, motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,0290	0,1897	0,1003	0,0467	0,1303	0,0431	0,5390
18	19	55-Konaklama	0,0559	0,1539	0,0323	0,0294	0,1659	0,1066	0,5439
19	26	14-Giyim eşyalarının imalatı	0,0551	0,1053	0,1077	0,0605	0,1265	0,0958	0,5509
20	27	82-Büro yönetimi, büro desteği ve iş destek faaliyetleri	0,0489	0,1493	0,0835	0,0565	0,1825	0,0824	0,6030
21	16	49-Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	0,0395	0,2157	0,1030	0,0677	0,1245	0,0593	0,6096
22	10	47-Perakende ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,0526	0,1831	0,0844	0,0518	0,1575	0,0898	0,6193
23	9	81-Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	0,0533	0,1898	0,0852	0,0586	0,1481	0,0902	0,6251
24	7	56-Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,0556	0,2062	0,0959	0,0501	0,1420	0,0946	0,6444
25	12	42-Bina dış yapıları inşaat	0,0439	0,2299	0,0968	0,0715	0,1620	0,0660	0,6701
26	3	43-Özel inşaat faaliyetleri	0,0476	0,2320	0,1077	0,0705	0,1770	0,0716	0,7064
27	2	41-Bina inşaatı	0,0412	0,2419	0,1136	0,0755	0,1777	0,0570	0,7069
28	30	80-Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	0,0602	0,2295	0,1187	0,0953	0,1659	0,0920	0,7616
29	24	86-İnsan sağlığı hizmetleri	0,0907	0,2629	0,1413	0,1208	0,2159	0,1424	0,9740
30	22	85-Eğitim	0,0929	0,2562	0,1450	0,1179	0,2320	0,1464	0,9904

Tablo 3.10'da ekonomik faaliyet kollarının sırasını gösteren iki sütun oluşturulmuştur. Birinci sıralama sütunu ekonomik faaliyet kolundaki iş kazası sonrası toplam faydanın azlığını yani iş kazası sonrası şiddetin büyüklüğünü göstermektedir. İkinci sıralama sütunu ise ekonomik faaliyet kolundaki kazazede sayılarının fazlalığını göstermektedir. Birinci sütun sıralaması kriterlerin ağırlıklandırılması sonrası elde edilmiş sıralamadır. İkinci sıralama ise kriterlerde ağırlıklandırılma yapılmadan elde edilen sıralamadır.

#### 4. SONUÇ

Sektörlerin, iş kazalarının sonuçlarına göre değerlendirildiği birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalarda, sektör sıralamasının genellikle, iş kazası sayısı, kazazede sayısı, ölümlü iş kazası sayısı veya bunların sektör içi çalışan oranına göre yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada her sektördeki iş kaza sonuçlarının, eşit sayıda kazazede üzerindeki etkileri ağırlıklandırılmış ve iş kazasından etkilenme durumuna göre sektörler sıralanmıştır.

Eşit sayıda kazazede üzerinde ve kriterlerin ağırlıklandırılmasıyla elde edilen sıralama ile ağırlıklandırılmamış (kazazede sayısına) kriterlere göre ayrı ayrı elde edilen sıralamalar arasında önemli fark bulunan sektörler incelendiğinde; sırasıyla, Elektrikli teçhizat imalat, Ana metal sanayi, Motorlu kara taşıtı vb. imalatı, Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı, Kömür ve linyit çıkartılması ve Mobilya imalatı gibi sektörlerde kaza geçiren sigortalıların ağırlıklandırılmış kriterlere göre kaza sonuçlarından daha fazla etkilendiği görülmektedir.

Medya ilgisinin fazlalığı nedeniyle kamuoyunda oluşmuş algının tersine, Bina inşaatı, Özel inşaat ve Bina dışı yapıların inşaatı faaliyetlerinde kaza geçiren sigortalı sayısı, diğer çoğu sektörden fazla iken, bu sektörlerdeki kazazedelerin kaza sonucundan etkilenme derecelerinin düşüklüğü şaşırtıcıdır.

Benzer şekilde Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri, İnsan sağlığı faaliyetleri ve Eğitim sektörlerindeki kazazedelerin kaza sonuçlarından etkilenme derecelerinin diğer otuz sektöre göre daha az olduğu görülmüştür. Bu araştırma sonunda, sektörler, meydana gelen iş kaza şiddetinin, eşit sayıdaki kazazedeyi etkileme durumuna göre sıralanmıştır. Bu şekilde oluşturulan listenin ilk sıralarında yer alan sektörlerin, çalışanları sık olmasada daha ciddi şekilde etkileyebileceği değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, yetkili kuruluşlar tarafından, ulaşılabilen ayrıntılı sektör bilgilerinin, istatistik kurumları tarafından değerlendirilmesinde sektör içinde meydana gelen toplam kaza sayısına ve ölümlü iş kaza sayısına göre oluşturulan sektör tehlike sıralamalarına ek olarak, çalışılan sektör içinde sigortalının geçirebileceği kazanın, sigortalıyı ne derece etkileyebileceği ile ilgili ağırlıklandırılmış sıralamaların da oluşturulmasının gerekliliği tavsiye edilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Arslanhan, ve Cünedioğlu. «Madenlerde Yaşanan İş Kazaları ve Sonuçları Üzerine Bir Değerlendirme.» Temmuz 2010.
- Baradan, S., Akboğa, Ö., Çetinkaya, U., & Usmen, M.A. «Ege Bögesindeki İnşaat İş Kazalarının Sıklık ve Çapraz Tablolama Analizleri.» *İMO Teknik Dergi*, 2016: 448.
- Baradan, ve diğ. «Türkiye'deki İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Mevzuatının İnşaat Sektörü Açısından İncelenmesi.» 3. *İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Sempozyumu*. Ekim 2011.
- Camkurt, M. «İşyeri Çalışma Sistemi ve İşyeri Fiziksel Faktörlerinin İş Kazaları Üzerine Etkisi.» *TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 2007: 87-106.
- Ceylan, H. «Türkiye'deki İş Kazalarının Genel Görünümü ve Gelişmiş Ülkelerle Kıyaslanması.» *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 2011: 3(2), 18-24.
- Clausius, R. *The Mechanical Theory of Heat – with its Applications to the Steam Engine and to Physical Properties of Bodies*. London, 1867.
- Erginel, N., & Toptancı, Ş. «İş Kazası Verilerinin Olasılık Dağılımları İle Modellenmesi.» *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 2017: 5 (SI), 201-202.
- Güranlı, G. «İnşaat Şantiyelerinde Bulanık Kümeler Yardımıyla İş Güvenliği Risk Analizi Yöntemi.» *Doktora Tezi*. Ocak 2006.
- Keeney, R. L., & Raiffa, H. *Decisions with multiple objectives: preferences and value trade-offs*. Cambridge university press, 1993.
- Konuşkan, ve Uygun. «Çok Nitelikli Karar Verme (MAUT) Yöntemi ve Bir Uygulaması.» *Akademik Platform*, 2014: 1403-1412.
- Müngen, U. «Türkiye'de inşaat iş kazalarının analizi ve iş güvenliği sorunu.» *Doktora Tezi*. Aralık 1993.
- Ömürbek, ve diğ. «Entropi Temelli MAUT ve SAW Yöntemleri İle Otomotiv Firmalarının Performans Değerlemesi.» *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2016: 227-255.
- SGK. *İş Kazası ve Meslek Hastalıkları İstatistik Raporları*. Yıllık Rapor, Ankara: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2016.
- SGK. *Yıllık İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları İstatistik Bilgileri*. Yıllık İstatistik, Ankara: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2016.
- Shannon, C. E. *A Mathematical Theory Of Communication*. bell Syst. Tech 27, 1948.
- Wu, J. Z., & Zhang, Q. «Multicriteria decision making method based on intuitionistic fuzzy weighted entropy.» *Expert Systems with Applications*, 2011: 38(1), 916-922.
- Yardım, N., Çipil, Z., Vardar, C., & Mollahaliloğlu, S. «Türkiye İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları: 2000-2005 yılları ölüm hızları.» *Dicle Tıp Dergisi*, 2007: 34(4) 264-271.
- Zionts, S. «MCDM: If not a Roman Numeral then What?» *Inform Journal on Applied Analytics*, 1979: 94-101.



**Citation:** Yorulmaz M. (2019), Sağlık Yönetimi Bölümü Öğrencilerinde Akademik Öz-Yeterlik Araştırması, BMIJ, (2019), 7(1): 172-189 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1056>

## SAĞLIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNDE AKADEMİK ÖZ-YETERLİK ARAŞTIRMASI

Mehmet YORULMAZ<sup>1</sup>

Received Date (BaşvuruTarihi):08/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi):08/02/2019

Published Date (YayınTarihi): 25/03/2019

### ÖZ

**Amaç:** Bu araştırma sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin akademik öz-yeterlik düzeylerini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Araştırmada “Akademik Öz-yeterlik Ölçeği” ve “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi öğrencileri (n=600) oluşturmaktadır. Evrendeki tüm öğrencilere anket elektronik ortamda gönderilmiş ve 237 anket geri dönüşü olmuştur. Araştırmada veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edildi. Normallik testi sonucunda analizlerde parametrik olmayan test tekniklerinden faydalanıldı. Buna göre ikili karşılaştırmalarda Mann-Whitney U, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında Kruskal-Wallis H testi kullanıldı. Ayrıca hem genel hem de boyutlar arasında korelasyon ile basit doğrusal ve çoklu regresyon analizleri yapıldı. Ölçeğin Cronbach'salpa değeri 0,953 olarak çok güvenilir bulunmuştur.

**Bulgular:** Bu araştırmada öğrencilerin akademik öz yeterlilik düzeyleri ile öğretim türü, cinsiyet, yaş, sınıf, ekonomik durum gibi değişkenler açısından analiz edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık %70'ini bayan öğrenciler oluşturmaktadır. İkinci sınıf öğrencilerin katılım düzeyi diğer sınıflara göre daha yüksektir. İlköğretim mezunu annelerin oranı ilköğretim mezunu babaların oranından daha yüksektir. Lisans mezunu babaların oranı annelerin oranından çok daha yüksektir. Katılımcıların ¼'ünün hane halkı geliri 3600 TL'nin üzerindedir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, sınıf düzeyine göre farklılık gösterirken cinsiyete ve ebeveyn eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları öğrencilerin sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterirken ebeveyn (baba) eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, öğrencilerin sınıfları ve aylık ortalama gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

**Sonuç:** Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde akademik çaba ve akademik planlamanın, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Yönetimi; Öz-Yeterlik, Davranış

**Jel Kodu:** M0,M1,Z0

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, [mtyorulmaz@hotmail.com](mailto:mtyorulmaz@hotmail.com) <https://orcid.org/0000-0001-6670-165X>

## ACADEMIC SELF-EFFICACY IN STUDENTS: DEPARTMENT OF HEALTH MANAGEMENT

### ABSTRACT

**Aim:** The aim of this study was to determine the academic self-efficacy levels of health management students.

**Metarial and Methods:** Self-Efficacy Scale of Academic and Personal Information Form were used in the study. The universe of the study comprised Health Management students of Selçuk University Faculty of Health Sciences (N= 600). The questionnaire was electronically sent to all students in the universe, and 237 questionnaires were answered. Data were analyzed with SPSS 22.0 program. Nonparametric test techniques were used in the analyses according to the normality test. In comparisons, Mann-Whitney U was used for pairwise comparisons and Kruskal-Wallis H test was used for over two groups. In addition, correlations between both general and dimensions performed simple linear and multiple regression analyses. The Cronbach's alpha of the scale was very reliable as 0.953.

**Findings:** In this study, academic self-efficacy levels of students were analyzed in terms of variables such as education, gender, age, grade, and economic situation. About 70% of the participants are female students. Second-grade students' participation level is higher than other grades. The percentage of mothers graduated with primary school is higher than the rate of fathers graduated with primary school. Percentage of fathers with the bachelor's degrees is much higher than that of mothers. Household income of ¼ of the participants is above 3600 TL. While academic self-efficacy and sub-dimensions differ according to class level, they do not differ according to gender and parental education. While the academic self-efficacy and sub-dimensions significantly differ according to the students' grade levels, it does not differ according to the parents' (father) educational status. Academic self-efficacy and sub-dimensions differ according to the students' grades and monthly average income.

**Results:** As a result of the findings of the study, it was found that academic effort and academic planning affected the academic problems.

**Keywords:** Health Management; Self-Efficacy; Behavior

**Jel Code:**M0,M1,Z0

### 1. GİRİŞ

İnsanlar hayatlarını etkileyen olayları kontrol etmeye çalışırlar. Bazılarının kontrolü kendi ellerinde iken bazıları ise kendi ellerinde değildir. Kontrol altında tutabilecekleri durumlar ile istenmeyen olayları önleyerek daha iyi bir gelecek hazırlayabilirler. Yaşam koşullarını kontrol etme çabası insanların yaptığı işlere yansımaktadır. Çünkü insanların hayatlarındaki sayısız kişisel ve sosyal faydalar yaşam koşullarını kontrol etme çabası ile güvence altına alınabilmektedir (Bandura, 1995).

Öz-yeterlik ilk defa Sosyal Öğrenme Kuramı'nın babası olan Bandura (1977) tarafından literatürde önemli noktada yerini almıştır. Bandura'ya göre öz -yeterlik “İnsanların belli bir performansa ulaşabilmelerini sağlayacak eylemleri örgütleme ve sergileme becerileri ile ilgili yargıları” olarak ifade edilmiştir. Soyut bir kavram olan öz-yeterlik, Türkçe'de “algılanan öz-yeterlik”, “öz-yeterlik inancı”, “öz-yeterlik beklentisi”, “öz-yeterlik algısı” gibi farklı sözcüklerle kullanılmıştır (Senemoğlu, (2012); Azar, (2010)). Öz-yeterlik, bir kişilik özelliği olmayıp durumla ve görevle ilgili olarak kolayca etkilenebilen bir kavramdır

(Shortridge-Baggett & Lenz, 2002). Öz-yeterlik, özellikle eğitim alanında örneğin öğrenme ve performansla ilgili olarak akademisyen-öğrenci ilişkilerinin araştırılması amacıyla yaygın olarak uygulanmaktadır. Öz-yeterlik, kişinin bir işi başarabileceğine dair kişisel inancıdır. Başka bir deyişle bir konuda istenilen sonuca ulaşmak için ortaya çıkacak zorluklara karşı kişinin beceri ve yeteneklerine olan inancı olarak da söylenebilir. Kişi bazen bir işi başarabilmek için sahip olunması gereken kabiliyetten çok ya da daha az kapasiteye sahip olduğunu düşünebilir. Bu düşünce kişinin görevi ile ilgili performansını etkiler. Margolis ve arkadaşları (2006) yaptıkları çalışmada düşük öz-yeterlik inancına sahip bireylerin, bir görevi başarma konusunda o görevden kolay vazgeçecekleri sonucunu bulmuşlardır. Bir görevi başarma kapasitelerinin yüksek olduğunu düşünen bireylerin ise daha istekli katılım göstereceklerini, başarma konusunda daha azimli ve ısrarcı oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Güzel, 2017). Akademik öz-yeterlik ise, öğrencilerin bireysel olarak akademik bir çalışmayı başarıyla tamamlayabileceğine yönelik oluşan inancı olarak tanımlanmaktadır (Chun ve Choi, 2005, Aktaş,2017). Bu bağlamda öz-yeterlik inancı yüksek olan öğrenciler, öz-yeterlikleri düşük olan öğrencilere nazaran öğrenme yaşamlarındaki faaliyetleri daha istekli olmaktadır. Öz yeterliliği yüksek olan öğrenciler, yapılacak faaliyetlere yönelik daha fazla çaba harcamakta ve karşılaştıkları güçlükler karşısında daha etkin stratejiler geliştirebilmektedirler (Eggen ve Kauchak, 1999, Akbay ve Gizir, 2010, Aktaş,2017).

Kişilerin eğitim-öğretim hayatında öz-yeterlik inancı önemli kilometre taşlarından birisidir. Öz-yeterlik öğrencilerin akademik çalışma ve performansları üzerinde son derece etkilidir. Dinamik bir yapıya sahip olan eğitim-öğretim sahalarında üzerinde durulması gereken önemli bir faktördür. Öğrenciler hayatları boyunca çok fazla sınava girmektedirler. Bundan ötürü akademik öz yeterlik inançlarının küçük yaşlardan itibaren kuvvetlendirilmesi gerekmektedir. İnsanlarda yaşamının ilk yıllarında geliştirilmiş kuvvetli akademik öz-yeterlik inancı, yaşamın ileri dönemlerinde yaşanabilecek başarısızlık durumlarına karşı öğrencilerin daha sağlıklı ve istikrarlı karar alabilme ve problemlerle başa çıkabilme becerilerinin gelişmesini sağlayacaktır (Güzel, 2017).

Öz-yeterliğin motivasyon ve başarı üzerindeki önemli rolü önceki çalışmalarda vurgulanmış (Pajares ve Schunk, 2001) ve öz-yeterlik arttırmaya yönelik okul programlarının olumlu getirileri öne sürülmüş olsa da (Pajares, 2008), özellikle çocuklar ve ergenlerde çeşitli sosyal bilişsel yöntemler kullanarak akademik öz-yeterliğin arttırmaya yönelik tasarlanmış programların etkinliği nadiren sınırlanmıştır. Genç yetişkinlerde yapılan bir çalışmada, Sullivanve Mahalik (2000) geçmiş deneyimler, modelleme, rahatlama ve öz-konuşma ile

sözel ikna yöntemlerini kullandıkları altı haftalık bir kariyer öz-yeterliği programı uygulamışlar ve katılımcılarda kariyer öz-yeterliğinin arttığını gözlemlemiştirlerdir. Lorig, Sobel, Ritter, Laurent, ve Hobbs (2001) ise öz-yeterlik teorisini kronik hastalar arasında uygulamış, hareket planı, geribildirim, modelleme, problem çözme, ve sözel ikna yöntemlerini barındıran yedi haftalık bir program tasarlayarak öz-yeterlik inançlarının daha güçlü hale geldiğini göstermişlerdir. Marks, Allegrante, ve Lorig (2005) öz-yeterlik programlarının farklı öğrenme yöntemleri, cesaretlendirme ve sözel ikna ve aktif katılım içermesi gerektiğini öne sürmüştür. Bandura (1990) ise değişimin öz-yönlü olabilmesi için müdahale programlarının aynı zamanda farkındalık, modelleme, çabuk iyileşebilme ve sosyal desteği arttıran bilgilendirici bir boyutunun olması gerektiğini belirtmiştir. Akademik alanda uygulanmış birkaç çalışma arasında, Bresó, Schaufeli, ve Salanova (2011) üniversite öğrencileri arasında tükenmişlik ve sınav kaygısını azaltma ve öz-yeterlik ve performans arttırmayı hedefleyen sekiz saatlik bir program uygulamıştır.

Akademik öz-yeterliği yüksek bireyler çevrelerine daha kolay uyum sağlayabilmekte ve kendilerine verilen görevlerin üstesinden gelebilmek için çabalamaktadırlar. Bu bir döngü şeklinde devam etmektedir. Yani; bir öğrenci bir problem karşısında yılmadan, aşırı çaba gösterip, çok çalışıp başarıyı yakalayabilmekte yani olumlu duygular beslemekte ve böylece akademik öz-yeterliği daha da artmaktadır. Yine akademik öz-yeterliği güçlü olan bir öğrenci akademik işlere yönelik olumlu inancından ve karşısına çıkan soruyu yanıtlayabileceğine olan inancından dolayı, pes etmeyip soruyu yanıtlayabilmekte ve başarıyı yakalayabilmektedir. (Yalnız, 2014).

Bu çalışmada sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin sosyo-ekonomik değişkenlere göre akademik öz-yeterlik düzeylerini belirlenmesi ve akademik öz-yeterlik alt boyutlarındaki ilişki düzeyine bakılarak boyutların birbirlerini etkileyip etkilemedikleri araştırılmıştır.

## 2. YÖNTEM

Bu çalışma anket esasına dayalı kesitsel bir alan araştırmasıdır. Bu araştırma, Selçuk Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü öğrencilerini kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Uygulanacak anket web tabanlı olarak hazırlandıktan sonra tüm öğrencilerin erişime sunulması (hem e-mail ile hem de cep telefonundan mesaj ile) geri dönüşler sağlanmıştır. Anket, beş demografik özellik sorusu ve 19 sorudan oluşan Akademik Öz-Yeterlik Ölçeği sorusundan oluşmaktadır. Akademik Öz-Yeterlik Ölçeği Kandemir (2010) tarafından geliştirilmiştir. Kandemir (2010) tarafından geliştirilen ölçeğin geçerlik ve güvenirlik analizi

sonuçları yüksek ve çok yüksek çıkmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına göre olup Selçuk Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü öğrencilerinin tamamı araştırma kapsamına alınmıştır. Örneklem seçme yöntemine gidilmemiştir. Araştırmaya katılan toplam öğrenci sayısı 237'dir. Araştırma için Sağlık Yönetimi Bölüm Başkanlığı'ndan yazılı izin alınmıştır. Araştırmanın dışında tutulmama kriteri bulunmamaktadır. Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü Öğrencileri (n=600) ile sınırlıdır. Veriler analiz edilmeden önce eksik veriler ayıklanmıştır. Eksik verilere değer atamaları ortalama değer üzerinden yapılmıştır.

**Tablo 1.** Sosyo-Ekonomik Özellikler

<i>Cinsiyetiniz</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Babanızın Eğitim Durumu</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Erkek	75	31,6	İlköğretim	91	38,4
Kız	162	68,4	Ortaöğretim	81	34,2
<i>Sınıf Düzeyiniz</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	Ön Lisans	32	13,5
1. Sınıf	36	15,2	Lisans	33	13,9
2. Sınıf	91	38,4	<i>Annenizin Eğitim Durumu</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
3. Sınıf	64	27,0	İlköğretim	159	67,1
4. Sınıf	46	19,4	Ortaöğretim	65	27,4
			Ön Lisans	6	2,5
			Lisans	7	3,0

Tablo 1'deki verilere göre; katılımcıların yaklaşık %70'ini kız öğrenciler oluşturmaktadır. İkinci sınıf öğrencilerin katılım düzeyi diğer sınıflara göre daha yüksektir. Ebeveyn eğitim durumuna bakıldığında ise; ilköğretim mezunu annelerin oranı ilköğretim mezunu babaların oranından daha yüksektir. Lisans mezunu babaların oranı 13,9, lisans mezunu annelerin oranından yaklaşık olarak %11 daha yüksektir.

Tablo 2'de katılımcılara ait gelir durumu hakkında bilgi verilmiştir.

**Tablo 2.** Hane Halkı Gelir Durumu Ortalaması

<i>Aylık Ortalama Gelir (N=237)</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Ortanca</i>
1-1600	48	20,3	2.885,08 TL	2.800 TL
1601 – 2500	66	27,8		
2600 – 3500	59	24,9		
3600 ve üzeri	64	27,0		

Tablo 2'deki verilere göre; aylık hane halkı gelir durumuna bakıldığında yaklaşık yarısının geliri 2500 TL'nin altındadır. Katılımcıların % 27'sinin hane halkı geliri 3600

TL'nin üzerinde olduğu görülmektedir. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) 2017 yılı verilerine göre ortalama yıllık eşdeğer hane halkı kullanılabilir fert geliri 21.577 TL'dir. Bu da aylık ortalama gelirin 1.798,08 TL olduğunu göstermektedir.

Tablo 3'te betimleyici istatistikler sunulmuştur.

**Tablo 3.** Betimleyici İstatistikler

Ölçek ve Alt Boyutları	Ortalama	N	ss	Ortanca	En az	En çok
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	35,5190	237	9,10698	34,0000	16,00	55,00
Akademik Çaba	13,6498	237	3,84770	14,0000	4,00	20,00
Akademik Planlama	12,3460	237	3,32659	12,0000	5,00	20,00
Genel Akademik Öz-yeterlik	61,5148	237	15,20861	59,0000	27,00	95,00

Tablo 3'te ölçek boyutlarının betimleyici istatistikî bilgileri sunulmuştur. Buna göre akademik sorunlarla başa çıkma puan ortalaması  $35,52 \pm 9,10$ , akademik çaba puan ortalaması  $13,65 \pm 3,85$ , akademik planlama puan ortalaması  $12,35 \pm 3,33$  ve genel akademik öz-yeterlik puan ortalaması  $61,51 \pm 15,21$  olarak bulunmuştur.

#### Güvenirlilik Analizi

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin Cronbach'salpa değerlerine bakılmıştır. Bu değerlere göre;

$0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir (Karagöz, 2016; Yıldırım-Kaptanoğlu ve İşçi, 2013)

Tablo 4'te güvenirlilik katsayıları değerleri verilmiştir.

**Tablo 4.** Güvenirlilik Cronbach's Alfa Katsayıları

Genel	İfade sayısı	Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	İfade sayısı	Akademik Çaba	İfade sayısı	Akademik Planlama	İfade sayısı
0,953	19	0,932	11	0,879	4	0,754	4

Tablo 4'te ölçek ve alt boyutların güvenirlilik Cronbach'salpa katsayıları gösterilmektedir. Bu katsayılar; birinci faktör için .932, ikinci faktör için .879, üçüncü faktör için .754 ve ölçeğin tümü için ise güvenirlilik Cronbach's alfa=.953 olarak bulunmuştur. Bu değerler ölçeğin güvenirlilik düzeyinin çok yüksek olduğunu göstermektedir. Kandemir (2010)

tarafından yapılan çalışmada da ölçek ve alt boyutlarının güvenilirlik katsayıları yüksek ve çok yüksek çıktığı görülmektedir. Öncü (2012) tarafından yapılan çalışmada ölçeğin Cronbach's alfa ve testin tekrarı yöntemleri ile elde edilen güvenilirlik katsayıları (sırasıyla .82 ve .80) olarak yeterli düzeylerde olduğu görülmüştür.

Tablo 5'te ölçeğe ait güvenilirlik istatistikleri verilmiştir.

**Tablo 5.** Ölçek Güvenirlik İstatistikleri

Ortalama	Varyans	Standart sapma	İfade sayısı
61,51	231,302	15,209	19

Tablo 5'e göre 19 sorudan oluşan ölçeğin ortalaması 61,51'dir, varyansı 231,302'dir, standart sapması 15,209 olarak bulunmuştur.

**Tablo 6.** İfadelere Ait Özet Bilgiler

	Ortalama	Min.	Maks.	Ranj	Maks / Min	Varyans	İfade sayısı
İfade ortalamaları	3,238	2,696	3,616	,920	1,341	,060	19
İfade varyansları	1,185	,950	1,447	,497	1,523	,023	19
İfadeler arası ilişki	,522	,224	,780	,556	3,485	,011	19

Tablo 6'daki verilere göre ölçekteki sorunların genel ortalaması 3,238'dir, ortalama varyansı ise 1,185 olarak bulunmuştur. Anketteki 19 soruya ait ortalamaların değişim aralığı ,920' dir, varyanslarının değişim aralığı ise ,497 olarak bulunmuştur. Sorular arasındaki ilişkilerin varyans sonucu ise,522 olarak bulunurken, sorular arasındaki minimum ilişki ,224 ve maksimum ilişki ,780 olarak bulunmuştur.

Tablo 7'de normallik testi verileri sunulmuştur.

**Tablo 7.** Normallik Testi

Ölçek ve Alt Boyutları	Shapiro-Wilk		
	Statistic	n	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	,969	237	,000
Akademik Çaba	,958	237	,000
Akademik Planlama	,969	237	,000
Genel Akademik Öz-yeterlik	,975	237	,000

Analizlerde kullanılacak test tekniklerini belirlemek için normallik testi yapılmıştır. Tablo 7'deki verilere göre Shapiro-Wilk testinin anlamlılık değeri  $p < 0,05$  olduğundan

dağılım, normal dağılım göstermediği için analizlerde parametrik olmayan test tekniklerinden faydalanılmıştır.

Tablo 8’de öğrencilerin buldukları sınıf (şube) düzeylerine göre karşılaştırması sunulmuştur.

**Tablo 8.** Öğrencileri Sınıf Düzeyine Göre Karşılaştırma (n=237)

Ölçek ve Alt Boyutları	Sınıf	n	Sıra Ortalama	p	Bonferroni
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	1. Sınıf	36	98,50	,000***	1-4 (p,000) 3-4 (p,001)
	2. Sınıf	91	115,55		
	3. Sınıf	64	107,42		
	4. Sınıf	46	157,97		
Akademik Çaba	1. Sınıf	36	122,56	,015*	2-4 (p,007) 3-4 (p,002)
	2. Sınıf	91	111,23		
	3. Sınıf	64	108,13		
	4. Sınıf	46	146,72		
Akademik Planlama	1. Sınıf	36	100,90	,001**	1-4 (p,002) 2-4 (p,000) 3-4 (p,003)
	2. Sınıf	91	111,04		
	3. Sınıf	64	115,70		
	4. Sınıf	46	153,49		
Genel Akademik Öz-yeterlik	1. Sınıf	36	102,65	,001**	1-4 (p,001) 2-4 (p,000) 3-4 (p,000)
	2. Sınıf	91	113,66		
	3. Sınıf	64	109,12		
	4. Sınıf	46	156,10		

\*\*\*p<0,001; \*\*p<0,01; \* p<0,05 (istatistiksel önemlilik düzeyi)

Tablo 8’de öğrencilerin sınıf düzeylerine göre yapılan Kruskal-Wallis H testine göre hem genel ölçek hem de alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p<0,01;0,05). Bu farklılığa istinaden gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için Bonferroni düzeltme testi yapılmıştır. Buna göre değişkendeki grup sayısı 4 olduğu için 6 karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre Bonferroni düzeltmesi sonucu p değeri  $0,05/4=0,0125$  olarak bulunmuştur ve karşılaştırma 0,0125 değeri üzerinden yapılmıştır. Farkın kaynağını ortaya çıkarmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre;

Akademik sorunlarla başa çıkma boyutunda gruplar arasındaki farklılığın 1.sınıf - 4.sınıf ile (p=,000) 3.sınıf - 4.sınıf öğrencilerinden kaynaklandığı bulunmuştur. Akademik çaba boyutunda gruplar arasındaki farklılığın 2.sınıf - 4.sınıf ile (p=,007) 3.sınıf - 4.sınıf (p=,002) öğrencilerinden kaynaklandığı bulunmuştur.



Akademik planlama boyutunda gruplar arasındaki farklılığın 1.sınıf - 4.sınıf ( $p=,002$ ), 2.sınıf - 4.sınıf ve ( $p=,000$ ) 3.sınıf - 4.sınıf ( $p=,003$ ) öğrencilerinden kaynaklandığı bulunmuştur.

Akademik Öz-yeterlik toplam ölçeğinde gruplar arasındaki farklılığın 1.sınıf - 4.sınıf ( $p=,001$ ), 2.sınıf- 4.sınıf ( $p=,000$ ) ve 3.sınıf - 4.sınıf ( $p=,000$ ) öğrencilerinden kaynaklandığı bulunmuştur.

Buna göre “Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9’da cinsiyetlere göre karşılaştırma sonuçları verilmiştir.

**Tablo 9.**Cinsiyete Göre Karşılaştırma (n=237)

Ölçek ve Alt Boyutları	Cinsiyet	n	Ortalama	Z	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	Erkek	75	115,53	-0,531	0,595
	Kız	162	120,61		
Akademik Çaba	Erkek	75	108,48	-1,614	0,106
	Kız	162	123,87		
Akademik Planlama	Erkek	75	118,37	-0,096	0,923
	Kız	162	119,29		
Genel Akademik Öz-yeterlik	Erkek	75	113,74	-0,804	0,421
	Kız	162	121,44		

Tablo 9’da cinsiyete göre yapılan Mann-Whitney U testine göre ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ). Buna göre “Akademik Öz-yeterlik ve alt boyutları, cinsiyete göre farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 10’da baba eğitim durumuna göre karşılaştırma istatistikleri verilmiştir.

**Tablo 10.** Ebeveyn (Baba) Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırma (n=237)

Ölçek ve Alt Boyutları	Baba Eğitim Durumu	n	Ortalama	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	İlköğretim	91	121,93	,344
	Ortaöğretim	81	125,72	
	Ön Lisans	32	102,47	
	Lisans	33	110,45	
Akademik Çaba	İlköğretim	91	116,02	,123
	Ortaöğretim	81	131,59	
	Ön Lisans	32	98,89	
	Lisans	33	115,82	
Akademik Planlama	İlköğretim	91	123,91	,275
	Ortaöğretim	81	124,73	
	Ön Lisans	32	102,41	
	Lisans	33	107,50	
Genel Akademik Öz-yeterlik	İlköğretim	91	121,35	,290
	Ortaöğretim	81	126,63	
	Ön Lisans	32	100,97	
	Lisans	33	111,27	

Tablo 10’da ebeveyn (baba) eğitim durumuna göre yapılan Kruskal-Wallis H testine göre hem genel ölçek hem de alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadı ( $p>0,05$ ). Genel akademik öz-yeterlik bakımından babasının eğitim durumu ortaöğretim olan öğrencilerin ortalaması diğerlerine göre daha yüksek olduğu sonucu çıkmıştır.

“Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları ebeveyn (baba) eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 11’de anne eğitim durumuna göre karşılaştırma istatistikleri verilmiştir.

**Tablo 11.** Ebeveyn (Anne) Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırma (Kruskal-Wallis H Testi)

Ölçek ve Alt Boyutları	Anne Eğitim Durumu	n	Ortalama	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	İlköğretim	159	121,16	,432
	Ortaöğretim	65	119,63	
	Ön Lisans	6	97,50	
	Lisans	7	82,43	
Akademik Çaba	İlköğretim	159	120,72	,841
	Ortaöğretim	65	114,09	
	Ön Lisans	6	110,08	
	Lisans	7	133,07	
Akademik Planlama	İlköğretim	159	123,74	,121
	Ortaöğretim	65	115,35	
	Ön Lisans	6	93,33	
	Lisans	7	67,36	
Genel Akademik Öz-yeterlik	İlköğretim	159	121,78	,598
	Ortaöğretim	65	116,84	
	Ön Lisans	6	101,25	
	Lisans	7	91,21	

Tablo 11’de ebeveyn (anne) eğitim durumuna göre yapılan Kruskal-Wallis H testine göre hem genel ölçek hem de alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadı ( $p>0,05$ ). Genel akademik öz-yeterlik bakımından annesinin eğitim durumu ilköğretim olan öğrencilerin ortalaması diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Dolayısıyla “*Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları ebeveyn (anne) eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir*” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 12’de aylık aile ortalama gelir aralığı durumuna göre karşılaştırma sonuçları verilmiştir.

**Tablo 12.**Aylık Aile Ortalama Gelir Aralığı Durumuna Göre Karşılaştırma (n=237)

Ölçek ve Alt Boyutları	Aylık Aile Ortalama Gelir Aralığı	n	Ortalama	p	Bonferroni
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	1. 1-1600 TL	48	124,33	,001**	2-3 (p,001)
	2. 1601-2500 TL	66	107,20		3-4 (p,000)
	3. 2501 – 3500 TL	59	147,51		
	4. 3501 ve üzeri	64	100,89		
Akademik Çaba	1. 1-1600 TL	48	120,35	,089	-
	2. 1601-2500 TL	66	109,47		
	3. 2501 – 3500 TL	59	137,41		
	4. 3501 ve üzeri	64	110,84		
Akademik Planlama	1. 1-1600 TL	48	122,15	,002**	2-3 (p,002)
	2. 1601-2500 TL	66	108,58		3-4 (p,000)
	3. 2501 – 3500 TL	59	145,76		
	4. 3501 ve üzeri	64	102,71		
Genel Akademik Öz-yeterlik	1. 1-1600 TL	48	123,27	,002**	2-3 (p,001)
	2. 1601-2500 TL	66	107,23		3-4 (p,001)
	3. 2501 – 3500 TL	59	145,98		
	4. 3501 ve üzeri	64	103,05		

\*\*p<0,01 (istatistiksel önemlilik düzeyi)

Tablo 12’de aylık gelir durumuna göre yapılan Kruskal-WallisH testine göre hem genel ölçek hem de alt boyutlarında (akademik çaba boyutu hariç) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,01;0,05$ ). Bu farklılığa istinaden gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için Bonferroni düzeltme testi yapılmıştır. Buna göre değişkende ki grup sayısı 4 olduğu için 6 karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre Bonferroni düzeltmesi sonucu p değeri  $0,05/4=0,0125$  olarak bulunmuştur ve karşılaştırma ,0125 değeri üzerinden yapılmıştır. Bulunan bu farkın kaynağını ortaya çıkarmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre;

Akademik sorunlarla başa çıkma boyutunda gruplar arasındaki farklılığın 1601-2500 TL - 2501 – 3500 TL ( $p=,001$ ) ve 2501 – 3500 TL - 3501 ve üzeri ( $p=,000$ ) grubundan kaynaklandığı bulunmuştur.

Akademik planlama boyutunda gruplar arasındaki farklılığın 1601-2500 TL - 2501 – 3500 TL ( $p=,002$ ) ile 2501 – 3500 TL - 3501 ve üzeri ( $p=,000$ ) grubundan kaynaklandığı bulunmuştur.

Akademik öz-yeterlik toplam ölçeğinde gruplar arasındaki farklılığın 1601-2500 TL ile 2501–3500 TL ( $p=,001$ ) ve 2501–3500 TL - 3501 ve üzeri ( $p=,001$ ) grubundan kaynaklandığı bulunmuştur.

Buna göre “Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, aylık ortalama gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Aylık geliri 2501 – 3500 TL olan öğrencilerin genel akademik öz-yeterlik puan ortalaması diğerlerine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### Korelasyon Analizi

Korelasyon analizinde boyutlar arasındaki ilişkinin kuvveti aşağıdaki şekilde belirtilmektedir:

0-20 arası çok düşük; 21-40 arası düşük; 41-60 arası orta; 61-80 arası yüksek ve 81-100 arası çok yüksek olduğu bulunmuştur.

**Tablo 13.** Spearman Korelasyon Testi (n=237)

Ölçekler ve Alt Boyutları (r= korelasyon katsayısı; p=önemlilik düzeyi)		1	2	3	4
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	r	1,000	,717**	,853**	,971**
	p	.	,000	,000	,000
Akademik Çaba	r		1,000	,704**	,836**
	p		.	,000	,000
Akademik Planlama	r			1,000	,911**
	p			.	,000
Genel Akademik Öz-yeterlik	r				1,000
	p				.

\*\*\*  $p < 0,001$  (çift tırnaklı)(istatistiksel önemlilik düzeyi)

Tablo 13’teki korelasyon analizi sonuçlarına göre;

Akademik sorunlarla başa çıkma ile akademik çaba arasında pozitif yönlü yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Akademik planlama ve genel akademik öz-yeterlik boyutu ile pozitif yönlü çok yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p < 0,001$ ).

Akademik çaba ile akademik planlama arasında pozitif yönlü yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Genel akademik öz-yeterlik boyutu ile çok yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p < 0,001$ ).

Akademik planlama ile genel akademik öz-yeterlik boyutu ile pozitif yönlü çok yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p<0,001$ ).

### Regresyon Analizleri

Regresyon analizi ile bir veya birden fazla bağımsız değişkenin değerleri ile bağımlı değişkenin ortalama değerleri tahmin edilir. Yani bağımsız değişkenin değerlerine dayalı olarak bağımlı değişkenin ortalama değerlerinin tahmin edildiği formülasyonu vermektedir (Karagöz, 2016). Araştırmada boyutlar arasında basit doğrusal ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlere ilişkin sonuçlar aşağıda tablolar halinde sunulmaktadır.

### Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

**Tablo 14.** Akademik Çabanın Akademik Sorunlarla Başa Çıkmayı Etkilemesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	R <sup>2</sup>	F	p	B	t	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	Sabit	,544	280,689	,000**	11,684	7,906	,000**
	Akademik Çaba				1,746	16,754	,000**

\*\*\*  $p<0,001$ (istatistiksel önemlilik düzeyi)

Akademik çaba akademik sorunlarla başa çıkmayı etkileyip etkilemediği amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 14’te verilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=280,689$ ;  $p<0,001$ ). Değişkenler arasında orta düzeyde pozitif korelasyon vardır. Yapılan analiz sonucuna göre akademik çaba, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir ( $B=1,746$ ;  $p<0,001$ ).

Regresyon modeline göre akademik sorunlarla başa çıkmadaki değişimin %54,4’ü akademik çaba tarafından belirlenmektedir.

Buna göre “*Akademik çaba, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 15.** Akademik Planlamanın Akademik Sorunlarla Başa Çıkmayı Etkilemesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	R <sup>2</sup>	F	p	B	t	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	Sabit	,745	687,720	,000**	6,340	5,502	,000**
	Akademik planlama				2,363	26,224	,000**

\*\*\* $p<0,001$ (istatistiksel önemlilik düzeyi)

Akademik planlamanın akademik sorunlarla başa çıkmayı etkileyip etkilemediği amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 15’te verilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=687,720$ ;  $p<0,001$ ). Yapılan analiz

sonucuna göre akademik çaba, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir (B=2,363; p<0,001).

Regresyon modeline göre akademik sorunlarla başa çıkmanın %74,5'ini akademik çaba açıklamaktadır. Buna göre “Akademik planlama, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

### Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

**Tablo 16.** Akademik Çaba Ve Akademik Planlamanın Akademik Sorunlarla Başa Çıkmayı Etkilemesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	R <sup>2</sup>	F	p	B	t	p
Akademik Sorunlarla Başa Çıkma	Sabit	,773	397,758	,000**	4,449	3,877	,000**
	Akademik çaba				1,891	15,335	,000**
	Akademik planlama				,566	5,310	,000**

\*\*\* p< 0,001(istatistiksel önemlilik düzeyi)

Akademik çaba ve akademik planlamanın akademik sorunlarla başa çıkmayı etkileyip etkilemediği amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 16’da verilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur (F=397,758; p<0,001). Yapılan analiz sonucuna göre akademik çaba ve akademik planlama, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir (B=1,746; ,566; p<0,001).

Regresyon modeline göre akademik sorunlarla başa çıkmanın %77,3’ünü akademik çaba ve akademik planlama açıklamaktadır. Kalan kısmının açıklanması için diğer değişkenlere ihtiyaç vardır.

Buna göre “Akademik çaba ve akademik planlama, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilemektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

### 3. TARTIŞMA ve SONUÇ

Araştırmada katılımcıların yaklaşık %70’ini bayan öğrenciler oluşturmaktadır. İkinci sınıf öğrencilerin katılım düzeyi diğer sınıflara göre daha yüksektir. İlköğretim mezunu annelerin oranı ilköğretim mezunu babaların oranından daha yüksektir. Lisans mezunu babaların oranı annelerin oranından çok daha yüksektir. Aylık hane halkı gelir durumunda katılımcıların yaklaşık yarısının geliri 2500 TL’nin altındadır. Katılımcıların ¼’ünün hane halkı geliri 3600 TL’nin üzerindedir. TÜİK 2017 yılı verilerine göre ortalama yıllık eşdeğer

hane halkı kullanılabilir fert geliri 21.577 TL'dir. Bu da aylık ortalama gelirin 1.798,08 TL olduğunu göstermektedir.

Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, sınıf düzeyine göre farklılık gösterirken cinsiyete ve ebeveyn eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları ebeveyn (baba) eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları öğrencilerin sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Üst sınıftaki öğrencilerin akademik öz-yeterlik düzeyi diğer sınıflardaki öğrencilerden daha yüksektir. Akademik öz-yeterlik ve alt boyutları, aylık ortalama gelir durumuna göre farklılık göstermektedir. Genel akademik ve alt boyutlar öz-yeterlik puan ortalamaları, öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmaktadır. Araştırmamızda akademik çaba ve akademik planlamanın, akademik sorunlarla başa çıkmayı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Gül ve Adıgüzel (2015) tarafından yapılan araştırmada da öz yeterlilik ölçeği puan ortalamaları öğrencilerin cinsiyetine göre farklılık göstermediği; ancak öğrencilerin sınıf düzeyi ile öz-yeterlik algıları puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamıştır. Araştırmamızın aksine sınıf düzeyi ile öğrencilerin öz yeterlilik algıları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Öncü (2012) tarafından yapılan çalışmaya göre öğrencilerin algılanan akademik öz yeterlik puanları öğrencilerin sınıflarına göre farklılaşmaktadır. Yapılan bu araştırmada aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Aktaş (2017) tarafından ilahiyat fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada da sınıf değişkenine göre farklılaşmaktadır. Üst sınıftaki öğrencilerin öz-yeterlik düzeyi her iki çalışmada da üst sınıflarda daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Koç ve Arslan (2017) tarafından ortaokul öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada ortaokul öğrencilerinin akademik öz yeterlik algılarının sınıf düzeyine, cinsiyete göre kız öğrenciler lehine ve anne ve baba eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Yaptığımız araştırmada yalnızca sınıf düzeyine göre farklılık göstermemektedir. Cinsiyete ve ebeveyn eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir. Yaptığımız araştırma üniversite öğrencileri üzerinde yapıldığı için birebir karşılaştırma uygun düşmeyebilir.

Özgül ve Diker (2017) tarafından sağlık bilimleri enstitüsü lisansüstü eğitim programına başvuru yapan adayların akademik öz-yeterlik algılarının incelendiği araştırma sonucunda öğrencilerin cinsiyete göre akademik öz-yeterlik algılarının değişmediği görülmüştür. Yapılan bu araştırma ile benzer sonuçlar bulunmuştur.



## KAYNAKÇA

- Akbay, S. E. (2009). Cinsiyete Göre Üniversite Öğrencilerinde Akademik Erteleme Davranışı: Akademik Güdülenme, Akademik Öz-yeterlik ve AkademikYükleme Stillerinin Rolü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Aktaş, H. (2017). Akademik Güdülenme İle Akademik Özyeterlik Arasındaki İlişki: İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi Cilt / Vol: 6, Sayı/Issue: 3, 2017 Sayfa: 1376-1398.
- Azar, A. (2010). Ortaöğretim Fen Bilimleri ve Matematik Öğretmeni Adaylarının Özyeterlik İnançları. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 6(12), 235-252.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychology Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of control over AIDS infection. *Evaluation and Program Planning*, 13, 9-17.
- Bandura, A. (1995). *Self-Efficacy in Changing Societies*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=711687&lang=tr&site=es-live&scope=site&authtype=uid>
- Breso, E., Schaufeli, W., Salanova, M. (2011). Can a Self-Efficacy-Based Intervention Decrease Burnout, Increase Engagement, And Enhance Performance? A Quasi-Experimental Study. *Higher Education*, 61, 339-355.
- Chun, A.H.C., ve Choi, J.N. (2005). Rethinking procrastination: Positive effects of "active" procrastination behavior on attitudes and performance. *The Journal of Social Psychology*, 145, 245-264.
- Cordero, E., Porter, S., Israel, T., Brown, M. (2010). Math and science pursuits: A self-efficacy intervention comparison study. *Journal of Career Assessment*, 18, 362-375.
- Eggen, P. ve Kauchak, D. (1999). *Educational Psychology*. (4th ed.). New Jersey: Printice-Hall, Inc.
- Ferrari, J. R. (1989). Reliability of academic and dispositional measures of procrastination. *Psychological Reports*, 64, 1057-1058
- Gül, İ., Adıgüzel, O. (2015). Sağlık Kurumları Yöneticiliği Lisans Bölümü Öğrencilerinin Öz Yeterlilik Düzeylerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36);864-875.
- Güzel, H. (2017). Lise Öğrencilerinin Akademik Öz-yeterlik İnanç Düzeylerinin İnternet Kullanımı Ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Ines Journal*, Yıl: 4, Sayı: 11, Haziran 2017, s. 225-245.
- <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim tarihi: 05/01/2019
- Kandemir, M. (2010). Akademik Erteleme Davranışını Açıklayıcı Bir Model. Doktora Tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler, Nobel Yayınevi, Ankara
- Koç, C., Arslan, A. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Akademik Öz Yeterlik Algıları ve Okuma Stratejileri Bilişüstü Farkındalıkları. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi (YYU Journal Of Education Faculty)*, 14(1):745-778
- Lorig, K. R., Sobel, D. S., Ritter, P. L., Laurent, D., Hobbs, M. (2001). Effect of a self-management program on patients with chronic disease. *Effective Clinical Practice*, 4, 256-262.
- Margolis, H., McCabe, P. P. (2004). Self efficacy: A key to improving the motivation of struggling learners. *The Clearing House*, 77, 241-249.
- Marks, R., Allegrante, J. P. (2005). A Review and Synthesis of Research Evidence for Self-Efficacy-Enhancing Interventions for Reducing Chronic Disability: Implications for Health Education Practice (Part II). *Health Promotion Practice*, 6(2): 148-156. <https://doi.org/10.1177/1524839904266792>
- Öncü, H. (2012). Akademik Özyeterlik Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), Nisan, 13(1):183-206

- Özgül, F., Diker, G. (?). Lisansüstü Eğitim Adaylarının Akademik Özyeterlik Ve Güdülenmelerinin Demografik Özelliklerine Göre İncelenmesi (Cumhuriyet Üniversitesi Örneği). *Journal of Human Sciences*, 14(2); 2129-2139
- Pajares, F., Miller, M. D. (1994). The role of self-efficacy and self-concept beliefs in mathematical problem solving: A path analysis. *Journal of Educational Psychology*, 86, 193-203.
- Pajares, F., Schunk, D. (2001). Self-beliefs and school success: Self-Efficacy, Self-Concept And School Achievement. R. Riding ve S. Rayner (Eds.). *Perception içinde* (s. 239-266). London: JAI press.
- Pajares, F. (2008). Motivational role of self-efficacy beliefs in self-regulated learning. In D. H. Schunk & B. J. Zimmerman (Eds.), *Motivation and self-regulated learning: Theory, research, and applications* (pp. 111-139). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Shortridge-Baggett, L. M., & Lenz, E. R. (2002). *Self-Efficacy In Nursing : Research and Measurement Perspectives*. New York: Springer Publishing Company. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=246184&lang=tr&site=eds-live&scope=site&authtype=uid>.
- Yalnız, A. (2014). Akademik Öz-Yeterlik: Olumlu ve Olumsuz Duygulanımın Yordayıcı Rolü. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 95-101.
- Yıldırım-Kaptanoğlu A, İşçi E. Sağlık Alanında Hipotezden Teze: Veri Toplama ve Çözümleme Serüveni. Beşir Kitabevi. İstanbul. Şubat 2013.

**Citation:** Fidan Y., Yıldırım C. & Ercan S. (2019), Yabancı Uyruklu ve Türkiyeli Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri, BMIJ, (2019), 7(1): 190-202 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1058>

## YABANCI UYRUKLU VE TÜRKİYELİ ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ

Yahya FİDAN<sup>1</sup>

Canan YILDIRAN<sup>2</sup>

Sertaç ERCAN<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 07/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi): 09/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Girişimcilik coşkusu her insanda var olan bir duygudur. Fakat girişimcilik coşkusu bazı insanlarda daha fazla bulunmaktadır. Bu durum bazen coşkuyla gelen bir fikirle ya da eylemle hayat bulurken, bazen de alınan eğitim sürecinde ve sonrasında ortaya çıkmakta ve kendini daha fazla hissettirmektedir. Bu noktada üniversiteler, girişimci insanları desteklemek, donatmak belki de eksik olan cesaretlerini sağlamak ve girişimcilik coşkusunu aşlamak için önemli ve etkili kurumlardan birisidir. Girişimcilik, girişimcilik eğilimi, girişimcilik özellikleri, girişimcilik eğitimi, girişimcilerin kişilik özellikleri, girişimcilik ve üniversite öğrencileri ile ilgili literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmayı diğer çalışmalardan farklı kılan nokta ise çalışmanın, Türkiyeli öğrencilerle Yabancı Uyruklu öğrencileri karşılaştırıyor olması ve girişimcilik düşüncesi, algısı, cinsiyeti ve kişiliği yönünden Türkiyeli öğrenciler ile Yabancı Uyruklu öğrenciler arasındaki farklılıkları belirlemek için yapılmış olmasıdır. Bu kapsamda farklı ülkelerde ve farklı kültürlerde yetişen gençlerin, genç girişimci adaylarının girişimciliğe olan ilgileri ve kendilerini ne kadar girişimci olarak gördükleri değerlendirilmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik; Yabancı Uyruklu Öğrenci; Türkiyeli Öğrenci

**JEL Kodları:** M10, M19

## ENTREPRENEURIAL ORIENTATION OF FOREIGN STUDENTS AND TURKISH STUDENTS

### ABSTRACT

*Entrepreneurship enthusiasm is an emotion that is in every person but some people has this emotion further than others. This emotion sometimes shows up with brainwave or action that comes true with enthusiasm, sometimes it shows up through education process or later and it shows itself. Universities are one of the important and effective institution that supports, develops entrepreneur people and perhaps provide courage for people that are lack of it and suggest entrepreneurship enthusiasm. There are a lot of studies in literature about entrepreneurship, entrepreneurship tendency, entrepreneurship features, entrepreneurship education, personality characteristics of the entrepreneurs, entrepreneurship and university students. This study make difference because it has been executed for determining the differences between Turkish students and foreign students about entrepreneurship idea and perception, gender and personality. In this context, this study has evaluated the interests'and the visions' that how much entrepreneur they are (entrepreneurship level) of the youth and entrepreneur candidates who grow in different countries and different cultures.*

**Anahtar Kelimeler:** Entrepreneurship; Foreign Student; Turkish Student

**JEL Kodları:** M10, M19

<sup>1</sup> Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, [yfidan@ticaret.edu.tr](mailto:yfidan@ticaret.edu.tr)

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Karabük Üniversitesi, [cananyildiran@karabuk.edu.tr](mailto:cananyildiran@karabuk.edu.tr)

<sup>3</sup> Öğr. Gör., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, [sercan@bandirma.edu.tr](mailto:sercan@bandirma.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-5012-3629>

<http://orcid.org/0000-0001-8245-197X>

<http://orcid.org/0000-0003-3896-9194>

## 1. GİRİŞ

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda genellikle girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik eğitiminin önemi gibi konular ele alınmaktadır. Bireyin girişimcilik coşkusuna sahip olup olmadığı veyahut bu coşkuyu ortaya çıkarmada girişimcilik eğitiminin öneminin boyutu, eğitimler sonunda niyetlerde olumlu/olumsuz yöndeki değişimler gibi farklı açılardan özellikle Türkiyeli öğrenciler üzerinde araştırmalar yapılmıştır. Alan yazında bu konularla ilgili yapılan araştırmalara değinilmiştir. Bu çalışma da ise; üniversite eğitimi gören Türkiyeli öğrenciler ile yabancı uyruklu öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin karşılaştırılması üzerinedir. Diğer çalışmalardan önemli farkı ise değişik kültürlerde yaşamış olan bireylerin girişimcilik eğilimlerindeki durumu tespit etmektir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Girişimci ve girişimcilik kavramlarıyla ilgili yazın incelendiğinde birçok farklı tanım olduğu görülmektedir. 80 yıl önce Schumpeter girişimciyi yeni bir ürün geliştirmek, yeni bir pazar ele geçirmek veya yeni bir teknoloji tasarlamak için üretim faktörlerinin yeni kombinasyonlarını bulan yaratıcı, teşvik edilmiş birey olarak tanımlamıştır (Tajeddini ve Mueller, 2009:7).

Kişilerin girişimcilik konusunda motivasyonuna ve girişimcilik coşkusuna sahip olmalarıyla birlikte ortaya çıkmakta olan girişimcilik unsuru; ekonomik, kültürel, sosyal, teknolojik ve demografik özelliklerin birleşmesiyle meydana gelmektedir (İşcan ve Kaygın, 2011:276). Girişimcilik, globalleşen dünyada yaşamlarını sürdürmekte olan işletmelerin, rekabet koşullarına uyum ve teknolojik gelişmelere gösterme, istihdam potansiyeli ve ekonomik kalkınma ile yakından ilgilidir. (Keleş vd. 2012:108). Girişimcilik işletmenin hayatta kalmasına ve performansına katkı sağlayan fırsatları tanıma veya oluşturma ve ardından onları kullanan önemli bir örgütsel süreç olarak evrensel bir olgu olarak kabul edilmektedir (Tajeddini, 2010:222; Morris vd., 2009:431).

Ülke ekonomisine, istihdama, kalkınmaya, sosyal gelişmeye destek olan girişimcilik kavramı bu kadar önemliyken girişimde bulunan bireyin yani girişimcinin nasıl özelliklere sahip olduğu da önemli hale gelmektedir. Mueller ve Thomas (2001) kişilik özellikleri ve bireylerin sosyo-kültürel geçmişinin onlar üzerinde girişimcilik davranışını teşvik edici ve motive edici bir rolü olduğunu belirtmiştir (Altınay vd., 2012:490).

İyi yönetilmiş bir girişim ve girişimcilik yüksek öğrenim öğrencilerinin işte istihdamını artırır. Girişim ve girişimcilikle ilgili teşebbüsler çalışanlar, öğrenciler ve yüksek öğretim kurumlarının hepsinin yararına olan esnek bir format kurma fırsatı sağlar (O'Leary, 2015:146).

Bu çalışmada dikkate aldığımız girişimci tanımı ise; kendisine veya başka kişilere ait olan sermayenin kar veya zarar riskini alarak, herhangi bir mal/hizmeti üretmek amacıyla üretim faktörlerini bir araya getiren, bulunduğu topluma ve insanlığa katkıda bulunma coşkusuyla dolu kişi olarak ifade edilmiştir (Dinçer ve Fidan, 2015:32). Girişimciler, piyasanın kokusunu çok iyi alabilen kişilerdir. Bu tür girişimciler, teknik gelişmeler, yenilikler ve piyasanın ihtiyaçlarının karşılanması için çalışmaktadırlar. Onlar birçok konuda toplumun ilerisinde olup, gelecekte ne gibi ihtiyaçlar olabileceğini düşünerek bunu gerçekleştirmek için kafa yormakta, gerekli çalışmaları yapmaktadırlar (Fidan, 2002:11).

Günümüzde girişimcilik ülkelerin ekonomik büyümesini ve artan küreselleşme karşısında rekabetçiliğini sürdürme için en iyi ekonomik kalkınma stratejilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Keat, vd., 2011:206). Girişimcilik, algılanan bir fırsat karşısında yeni örgütler oluşturmanın veya olgunlaşmış örgütleri canlandırmanın bir parçası olabilir (Yu ve Si, 2012:524). Bazı araştırmacılar girişimciliği serbest meslek oranı veya girişimlerin meydana gelmesi gibi bir sonuç olarak tanımlarken bazıları da düşünme veya eyleme geçmenin bir yolu olarak tanımlamıştır (Warnecke, 2013:456). Moore vd. (1997) girişimciliği iş sağlanması, yeniliklerin tanıtılması ve ekonomik büyümenin teşvik edilmesi fonksiyonları açısından tanımlamıştır. Bazı araştırmacılar da girişimcilik özellikleri hakkında düşüncelerini kullanarak tanımlamışlardır. Örneğin Roscoe (1973) yüksek bağımsızlık ve başarı, yüksek coşku, ısrar ve enerji özelliklerini tanımlamıştır. Ayrıca kaynakların fırsat oluşturmak için kullanılması (Stevanson, Roberts & Grousbeek, 1989), içe bağımlı yeni organizasyonların oluşturulması (Thornton, 1999; Reynolds, 1991) şeklinde de tanımlanmıştır (Abimbola vd., 2011:271-272).

Girişimciler, yenilik ve yenilenmeyi önceleyen, bağımsız olarak veya bir kurumun parçası olarak faaliyette bulunan bireyler ya da bireylerden oluşan gruplardır (Nybakk ve Hansen, 2008:474).

Literatürde girişimcilik konusunda, üniversite öğrencilerinin çeşitli girişimcilik özelliklerine yönelik çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalar genellikle Türk öğrencilere uygulanarak almış oldukları girişimcilik eğitimi ile girişimcilik arasındaki ilişki sonucunda meydana gelen eğilimlerdeki ve niyetlerdeki değişiklikler, öğrencilerin sahip oldukları

kişilik özellikleri ile girişimcilik ve demografik özellikleri arasındaki ilişkileri tespit etmek üzere yapılmış bulunmaktadır. Bu araştırmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

- Büyükyılmaz vd. (2017) Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Girişimcilik ve İşletme Bölümü öğrencilerine uygulanmıştır.
- Çetin vd. (2015) Ondokuz Mayıs Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır.
- Karabekir (2015) Süleyman Demirel Üniversitesi “Fikir ve Cesaretin Buluşma Noktası: Girişimcilerin Mutfağı” adlı çalışmaya başvuran öğrencilere uygulanmıştır.
- Yüksel vd. (2015) Isparta Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi bölümü öğrencilerine uygulanmıştır.
- Akçakanat vd. (2014) Süleyman Demirel Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı, Tarih, İnşaat Mühendisliği, Makine Mühendisliği, İşletme ve İktisat bölüm öğrencilerine uygulanmıştır.
- Solmaz vd. (2014) Sakarya Üniversitesi ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencilerine uygulanmıştır.
- Bozkurt ve Alparslan (2013) Antalya Organize Sanayi Bölgesindeki yöneticilere, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu; Muhasebe ve Finansal Yönetim, Uluslararası Ticaret ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümlerinde dördüncü sınıf öğrencilere uygulanmıştır.
- Uluyol (2013) Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Finansal Yönetim ve Girişimcilik dersi alan öğrencilere uygulanmıştır.
- Bilge ve Bal (2012) Celal Bayar Üniversitesi lisans ve ön lisans öğrencilerine uygulanmıştır.
- İrmış ve Barutçu (2012) Pamukkale Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerine uygulanmıştır.
- Korkmaz (2012) Bülent Ecevit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerine uygulanmıştır.
- İşcan ve Kaygın (2011) Kafkas Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesi İktisadi İdari Fakültesi son sınıf öğrencilerine uygulanmıştır.
- Konaklıoğlu ve Kızanlıklılı (2011) Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır.
- Gürel vd. (2010) Türkiye ve İngilterede bulunan turizm öğrencilerine

uygulanmıştır.

- Kaya vd. (2010) Atatürk Üniversitesi Mühendislik, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Meslek Yüksekokulunda ön lisans ve lisans öğrencilerine uygulanmıştır.
- Fidan ve Çiftçi (2009) Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi ve İşletme Fakültesi İşletme Bölümü öğrencilerine uygulanmıştır.
- İpçioğlu ve Taşer (2009) Bilecik Üniversitesi ve Dumlupınar Üniversitesi işletme bölümündeki öğrencilere uygulanmıştır.

Naktiyok ve Timuroğlu (2009) Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır.

### **3. YÖNTEMBİLİM**

#### **3.1. Araştırmaya Gereksinim Duyulma Nedeni**

Girişimci/Girişimcilik üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde Türk öğrenciler ile yabancı uyruklu öğrenciler üzerine yapılan araştırmaların az olmasından dolayı böyle bir çalışmaya gereksinim duyulmuştur. Çalışmadaki temel amaç Karabük Üniversitesi'nde eğitim gören Türk öğrenciler ile Yabancı Uyruklu öğrencilerin demografik özelliklerini inceleyerek girişimcilik eğilimlerinin farklılık oluşturup oluşturmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla gerçekleştirilecek bir çalışmanın, farklı kültürlerde yetişen öğrencilerin girişimciliğe olan bakış açılarını ortaya koyarak hem üniversitelere hem de diğer kesimlere veri sağlayacağı ve yol göstereceği düşünülmektedir.

#### **3.2. Hipotezler**

Çalışmanın amacı doğrultusunda hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

*H<sub>1</sub>: Türkiyeli katılımcılardan kendilerine ait bir iş fikri olanların sayısı yabancı uyruklu katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>2</sub>: Yabancı uyruklu katılımcılardan kendilerine ait bir iş fikri olanların sayısı Türkiyeli katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>3</sub>: Türkiyeli katılımcılardan iş deneyimleri olanların sayısı yabancı uyruklu katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>4</sub>: Yabancı uyruklu katılımcılardan iş deneyimleri olanların sayısı Türkiyeli katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>5</sub>: Türkiyeli katılımcılardan kendi işini kuran birinci derece yakınları olanların sayısı yabancı uyruklu katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>6</sub>: Yabancı uyruklu katılımcılardan kendi işini kuran birinci derece yakınları olanların sayısı Türkiyeli katılımcılardan daha fazladır.*

*H<sub>7</sub>: Türkiyeli ile Yabancı uyruklu katılımcılar arasında girişimcilik eğilimleri yönünden anlamlı bir farklılık vardır.*

### **3.3. Katılımcılar ve Ölçüm Araçları**

Çalışmanın evrenini Karabük Üniversitesi'nde lisans eğitimine devam etmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda tesadüfi olarak seçilen 320 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde deneklerin demografik özelliklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise deneklerin girişimcilik özelliklerini belirlemeye yönelik 29 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Belirtilen 29 madde, Yılmaz ve Sünbül (2009), Hmieleski ve Corbett (2006) ve Cansız (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan faydalanılarak geliştirilmiş ve uyarlanmıştır. Ölçek 5'li likert tipi olup; 1-Hiç Katılmıyorum ile 5-Tamamen Katılıyorum arasında değişen seçenekleri içermektedir. Bu çerçevede yüksek skorlar, belirtilen unsura ilişkin algının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçekte olumsuz tutum ifadesi bulunmamaktadır.

Çalışma çerçevesinde yapılan analizler, genel kabul görmüş standartlardır. Bu amaçla güvenilirlik analizleri için Cronbach Alfa katsayısından yararlanılmıştır. Katılımcıların girişimcilik özelliklerini demografik özellikler kapsamında farklılaşıp farklılaşmadığı ise T-Testi ve Anova testi aracılığı ile ölçülmüştür.

## **4. BULGULAR**

Katılımcıların demografik özelliklere ve tanımlayıcı bilgilere göre dağılımları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.



**Tablo 1.** Demografik Özellikler I

Değişken	Kategori	N	%
Uyruk	Türkiyeli Öğrenci	160	50
	Yabancı Uyruklu Öğrenci	160	50
Cinsiyet	Kadın	139	43
	Erkek	181	57
Yaş	18-21	268	83
	22-25	44	14
	26 ve üzeri	8	3
Sınıf	Hazırlık Sınıfı	104	33
	Birinci Sınıf	189	59
	İkinci Sınıf	20	6
	Üçüncü Sınıf	3	1
	Dördüncü Sınıf	4	1

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcıların %43’ünü (139 kişi) kadınlar, %57’sini (181 kişi) erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların %83’ü (268 kişi) 18-21 yaş aralığında, %14’ü (44) 22-25 yaş aralığında ve %3’ü (8 kişi) 26 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Sınıf değişkenine göre %33’ü (104 kişi) hazırlık aşamasında, %59’u (189 kişi) 1. sınıf, %6’sı (20 kişi) 2. sınıf, %1’i (3 kişi) 3. sınıf ve %1’i (4 kişi) 4. sınıfta eğitim görmektedir.

**Tablo 2.** Demografik Özellikler II

Değişken	Evet		%	Hayır		%
	Türkiyeli Öğrenci	Yabancı Uyruklu Öğrenci	Toplam	Türkiyeli Öğrenci	Yabancı Uyruklu Öğrenci	Toplam
İş Deneyiminiz Var mı?	76	57	42	84	103	58
Kendi İşini Kuran 1. Derece Yakınlarınız Var mı?	82	75	49	78	85	51
Kendinize Ait Bir İş Fikriniz Var mı?	117	134	78	43	26	22

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların iş deneyimi var mı ifadesine bakıldığında %42’si (76 öğrenci Türk, 57 öğrenci Yabancı Uyruklu) iş deneyimi olduğunu, %58’i (84 öğrenci Türk, 103 öğrenci Yabancı Uyruklu) iş deneyimi olmadığını ifade etmiş bulunmaktadır. Yine katılımcıların %49’unun (82 öğrenci Türk, 75 öğrenci Yabancı Uyruklu) kendi işini kuran birinci derece yakınlarının olduğu, %51’inin (78 öğrenci Türk, 85 öğrenci Yabancı Uyruklu) ise kendi işini kuran birinci derece yakınlarının olmadığı görülmektedir. Kendilerine ait iş fikrine sahip olup olmadığı ifadesini ise katılımcıların %78’i (117 öğrenci Türk, 134 öğrenci

Yabancı Uyruklu) olumlu cevaplarırken %22'si (43 öğrenci Türk, 26 öğrenci Yabancı Uyruklu) olumsuz cevaplamıştır.

**Tablo 3.** Demografik Özellikler III

Değişken		Türkiyeli Öğrenci	Yabancı Uyruklu Öğrenci	Toplam (%)
Sizi en iyi tanımlayan kelime hangisidir?	Zeki	13	31	14
	Çalışkan	9	41	16
	Dürüst	49	29	24
	Lider	26	23	15
	Cesur	8	7	5
	Güler yüzlü	55	29	26
Bir girişim yapacak olsanız hangi sektörü düşünürdünüz?	Sanayi Sektörü	19	36	17
	Eğitim Sektörü	28	19	15
	Sağlık Sektörü	28	47	23
	Borsa	27	14	13
	Diğer	58	44	32

Tablo 3'te görüldüğü üzere katılımcıların %14'ü (13 öğrenci Türk, 31 öğrenci Yabancı Uyruklu) zeki, %16'sı (9 öğrenci Türk, 41 öğrenci Yabancı Uyruklu) çalışkan, %24'ü (49 öğrenci Türk, 29 öğrenci Yabancı Uyruklu) dürüst, %15'i (26 öğrenci Lider, 23 öğrenci Yabancı Uyruklu) lider, %5'i (8 öğrenci Türk, 7 öğrenci Yabancı Uyruklu) cesur ve %26'sı (55 öğrenci Türk, 29 öğrenci Yabancı Uyruklu) güler yüzlü olduğunu ifade etmiştir. Son olarak da bir girişim yapacak olursanız hangi sektörü düşünürsünüz ifadesine %17'si (19 öğrenci Türk, 36 öğrenci Yabancı Uyruklu) sanayi sektörü, %15'i (28 öğrenci Türk, 36 öğrenci Yabancı Uyruklu) eğitim sektörü, %23'ü (28 öğrenci Türk, 47 öğrenci Yabancı Uyruklu) sağlık sektörü, %13'ü (27 öğrenci Türk, 14 öğrenci ise Yabancı Uyruklu) borsa ve %32'si (58 öğrenci Türk, 44 öğrenci Yabancı Uyruklu) diğer sektörler şeklinde cevap vermiş bulunmaktadır.

Güvenilirlik değerleri için girişimcilik özellikleri ölçeğinin her bir ifadesine ilişkin olarak Cronbach Alfa katsayıları bulunarak hesaplanmıştır. Elde edilen değer Tablo 4'te görülmektedir.

**Tablo 4.** Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alfa	N
.838	28

Yapılan ilk güvenilirlik analizi sonucunda 29 ifadeye ait Cronbach Alfa değeri 0,813 şeklinde tespit edilmiştir. Analiz sonucu incelendiğinde 19. ifadenin çıkarılması ile Cronbach Alfa güvenilirlik değeri ( $\alpha=0,838$ ) yükselmektedir.

**Tablo 5.** Kendinize Ait Bir İş Fikriniz Var Mı?

	<b>Türkiyeli Öğrenci</b>	<b>Yabancı Uyruklu Öğrenci</b>
Evet	%73.1 (117)	%83.8 (134)
Hayır	%26.9 (43)	%16.3 (26)

Tablo 5’te görüldüğü üzere yabancı uyruklu katılımcıların %83.8’i (134 kişi), Türkiyeli katılımcıların %73.1’i (117 kişi) kendinize ait bir iş fikriniz var mı ifadesine olumlu cevap verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre ( $H_1$ ) hipotezi reddedilirken, ( $H_2$ ) hipotezi kabul edilmektedir.

**Tablo 6.** İş Deneyiminiz Var Mı?

	<b>Türkiyeli Öğrenci</b>	<b>Yabancı Uyruklu Öğrenci</b>
Evet	%47.5 (76)	%35.6 (57)
Hayır	%52.2 (84)	%64.4 (103)

Tablo 6’da görüldüğü üzere yabancı uyruklu katılımcıların %35.6’sı (57 kişi), Türkiyeli katılımcıların %47.5’i (76 kişi) iş deneyiminiz var mı ifadesine olumlu cevap verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre ( $H_4$ ) hipotezi reddedilirken, ( $H_3$ ) hipotezi kabul edilmektedir.

**Tablo 7.** Kendi İşini Kuran Birinci Derece Yakınlarınız Var Mı?

	<b>Türkiyeli Öğrenci</b>	<b>Yabancı Uyruklu Öğrenci</b>
Evet	%51.2 (82)	%46.9 (75)
Hayır	%48.8 (78)	%53.1 (85)

Tablo 7’de görüldüğü üzere yabancı uyruklu katılımcıların %46.9’u (75 kişi), Türkiyeli katılımcıların %51.2’si (82 kişi) kendi işini kuran birinci derece yakınlarınız var mı ifadesine olumlu cevap verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre ( $H_6$ ) hipotezi reddedilirken, ( $H_5$ ) hipotezi kabul edilmektedir.

(H7) hipotezini test etmek üzere regresyon analizinden faydalanılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre hipotezde yer alan söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin  $p>0,05$  düzeyinin üzerinde olduğu için girişimcilik eğilimi ile uyruk değişkenleri arasındaki ilişkinin anlamsız olduğu görülmektedir. Bu nedenle (H7) hipotezi reddedilmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik tüm sektörlerin arkasındaki itici güçtür (Chicken, 2002:104). Bu sebeple birçok ülkede girişimci kıtlığı bulunmakta ve girişimcilere olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bu girişimcilere gerekli olan bilgi, birikimi ve donanımı sağlamak ise eğitim kurumlarına düşmektedir (Bozkurt, 1997: 34; Fidan ve Çiftçi, 2009:72).

Günümüzde savaşlar yön ve hedef değiştirmiştir. Artık dünyada cephelerin yerine pazarlar, orduların yerine de girişimcilerin başını çektiği örgütler geçmektedir. Başarılı bir girişimci olmak için, bir ülkenin değil, bütün dünyanın en iyisi olmaya çalışılmalıdır. Girişimcileriyle, ürün ve hizmetleriyle dünya pazarlarında kendilerine sağlam bir yer tutamayan ülkeler, devletler arasındaki ilişkilerde de söz sahibi olamamaktadırlar (Fidan, 2002:244).

Kültürler arasındaki farklılıklar bireylerin olay ve kavramları farklı yorumlamasına neden olmaktadır. Bu araştırma da bu kültürel farklılıklardan yola çıkarak, farklı kültürlerde yaşayan bireylerin girişimciliğe bakışının ve girişimcilik eğilimlerinin kültürel çeşitlilik, devletin girişimcilik ile ilgili politikaları ve teşvikleri gibi nedenlerle farklı olacağı düşünülerek hazırlanmıştır. Belirlenen bu amaç doğrultusunda Karabük Üniversitesi'nde eğitim görmekte olan Türkiyeli öğrenciler ile yabancı uyruklu öğrencilerin girişimciliğe bakış açılarını ve girişimcilik eğilimlerini ölçmek için bir anket uygulanmış ve elde edilen verilerle karşılaştırma ve analizler yapılmıştır.

Analizler sonucunda, “iş deneyiminiz var mı” ve “kendi işini kuran birinci derece yakınınız var mı” ifadelerine daha yüksek oranda olumlu cevap veren Türkiyeli öğrencilerin, “kendinize ait bir iş fikriniz var mı” ifadesine yabancı uyruklu öğrencilere oranla daha düşük oranda olumlu cevap verdikleri görülmektedir. Bu sonuç yabancı uyruklu öğrencilerin iş deneyimleri ve kendi işini kuran bir yakına sahip olmamakla birlikte kendilerine ait bir iş fikrine sahip olmalarının Türkiyeli öğrencilere göre daha yüksek oranda girişimcilik coşkusuna sahip olduklarını gösterdiği düşünülmektedir. Bu bulguyu, anket uygulaması esnasında yabancı uyruklu öğrencilerin dile getirdikleri “bizlerin başka bir ülkeye eğitim için gelmemizin bir girişimcilik örneği olduğu düşünüşündeyiz” ifadesinin de desteklediği söylenebilir.

Bir ülkenin sahip olduğu en önemli zenginlik kaynağı hiç kuşkusuz gençleridir. Ülkenin iyi eğitilmiş gençliği, bir nevi en değerli hazinesidir. Ülkeleri kalkındıran, yenilik, buluş yapan, teknoloji geliştiren, iş kuran, mal ve hizmet üretip tüm dünyaya ulaşıp pazarlayan da yine ülkelerin iyi yetiştirdikleri girişimcilerdir. Girişimcilerin önemini kavrayan her ülke yönetimi, geleceğin teminatı olan genç kuşakları daha iyi ve rekabetçi olarak yetiştirebilme gayretindedir.

Zenginliğin kaynağı olan girişimcilik coşkusu, özgürlükle doğru orantıda gelişmektedir. Bir ülke ne kadar özgür olur ve insan kaynaklarını girişimciliğe, yenilik yapmaya yönlendirirse, bunun sonucunda oluşacak getirilerle diğer uluslar arasında seçkin bir yer edinecektir. Yenilik yapacak, yapılan yenilikleri mal ve hizmete dönüştürerek dünyaya ulaştıran ve bu işlemleri sonucunda da ülkesine döviz girdisi sağlayan kişiler tabii ki girişimcilerdir. Uluslararası rekabet yoğun olarak iş dünyasında gerçekleşmektedir. Bu nedenle her ülke sahip olduğu girişimcilerin hem sayısını artırmak hem de kalitelerini artırmak için birçok çalışma yapmaktadır. Ülkelerin ve insanların geleceği, toplumda az sayıda olan gerçek girişimcilerin kalitesiyle doğru orantılı olacaktır. Ait olduğu toplum ve insanlığa hizmet etme coşkusuyla yetişmiş girişimciler hem kendi çağlarını hem de gelecek çağları her açıdan daha yaşanabilir yapacaklardır.

Teknoloji ve bilimin şekillendireceği gelecekte başarılı olabilmenin en kestirme yolu çağı yakalamış, nitelik girişimcilerin yetiştirilmesinde yatmaktadır. Bunun içinde gerek aile gerek okul gerekse toplumsal düzeyde kapsamlı projeler geliştirilmeli, gençlere ve tüm girişimci adaylarına girişimcilik coşkusu aşılanmalıdır. Ancak bu sayede acımasız bir rekabetin hüküm sürdüğü global pazarlarda ülkemizi ve toplumumuzu hak ettiği yerlere taşıyabiliriz (Fidan ve Çiftçi, 2009:73).

## KAYNAKÇA

- Abimbola, O. H. vd., (2011), "Some Socio-Cultural Issues In Entrepreneurship Development Among Some Groups In Nigeria", *Ife Psychologia*, 19/2, 268-284.
- Akçakanat, T. vd., (2014), "Sözel, Sayısal Ve Eşit Ağırlık Bölümlerinde Okuyan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: SDÜ Örneği", *AKÜ İİBF Dergisi*, 16/2, 137-153.
- Altınay, L. vd., (2012), "The Influence Of Family Tradition And Psychological Traits On Entrepreneurial Intention", *International Journal of Hospitality Management*, 31, 489-499.
- Büyükyılmaz, O., vd., (2017), "Girişimcilik ve İşletme Bölümü Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açılı Üzerine Bir Araştırma", 8. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Temmuz, Balıkesir, 357-370.
- Cansız, E., (2007), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma", *SDÜ Yüksek Lisans Tezi*, Isparta.
- Çetin, A. vd., (2015), "Mesleki İlgil Alanı Ve Kişisel Ahlak Felsefesinin Girişimciliğe Yönelik Tutum Ve Girişimcilik Niyetine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15/2, 23-55.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö., Alparslan A.M., (2013), "Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci Ve Öğrenci Görüşleri", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8/1, 7-28.
- Fidan, Y. ve Çiftçi, S., (2009), "Farklı Fakültelerdeki İşletme Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakışları", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3/4, 58-73.
- Fidan, Y., (2002). "Girişimcilik ve Girişimci Özellikleri (Sivas Örneği)" Beta Basım Yay. Dağ. A.Ş., I. Baskı, Haziran, İstanbul.
- Gürel E., vd., (2010), "Tourism Students' Entrepreneurial Intentions", *Annals of Tourism Research*, 37/3, 646-669.
- Hmieleski, K. M. ve Corbett, A. C., (2006), "Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Small Business Management*, 44/1, 45-63.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A., (2009), "İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2/10, 13-25.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E., (2012), "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini Ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26/2, 1-25.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E., (2011), "Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3/2, 275-286.
- Karabekir, M., vd., (2015), "Girişimci Adayı Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Odak Grup Görüşmesi İle İncelenmesi", *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 203-216.
- Kaya, M. D. vd., (2010), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma", *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1/2, 76-89.
- Keat, O.Y. vd., (2011), "Inclination Towards Entrepreneurship Among University Students: An Empirical Study of Malaysian University Students", *International Journal of Business and Social Science*, 2/4, 206-220.
- Keleş, H.N. vd., (2012), "Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 5/9, 107-118.
- Konaklıoğlu, E. ve Kızanlıklılı, M. M., (2011), "Üniversite Öğrencilerinin Proaktif Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 72-92.
- Morris, M.H. vd., (2009), "Properties of Balance: A Pendulum Effect in Corporate Entrepreneurship", *Business Horizons*, 52, 429-440.
- Naktiyok, A. ve Timuroğlu, M.K., (2009), "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23/3, 85-103.
- Nybakk, E. ve Hansen, E., (2008), "Entrepreneurial Attitude, Innovation and Performance Among Norwegian Nature-Based Tourism Enterprises", *Forest Policy and Economics*, 10, 473-479.

- O'Leary, S., (2015), "The Role Of Enterprise And Entrepreneurship Within Higher Education And Effective Economic Governance Across Central And Eastern Europe", *Interdisciplinary Approach To Economics And Sociology*, 8/2, 143-153.
- Solmaz, S. A. vd., (2014), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans Ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16/26, 41-55.
- Tajeddini, K. ve Mueller, L.S., (2009), "Entrepreneurial Characteristics In Switzerland And The UK: A Comparative Study Of Techno-Entrepreneurs", *J Int Entrep*, 7, 1-25.
- Tajeddini, K., (2010), "Effect Of Customer Orientation And Entrepreneurial Orientation On Innovativeness: Evidence From The Hotel Industry In Switzerland", 31, 221-231.
- Uluyol O., (2013), "Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6/15, 349-372.
- Warnecke, T., (2013), "Entrepreneurship and Gender: An Institutional Perspective", *Journal Economic Issues*, 57/2, 455-463.
- Yılmaz, E. ve Sümbül, A. M., (2009), "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.
- Yu, X. ve Si, S., (2012), "Inovation, Internationalization and Entrepreneurship: A New Venture Research Perspective", *Innovation: Management, Policy & Practice*, 14/4, 524-539.
- Yüksel, H. vd., (2015), "*Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma*", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c.5, s.1, ss.143-156.

**Citation:** Tuncer A.İ. (2019), Bir İlişki Yönetimi Olarak Halkla İlişkiler: Örgüt Ve Kamu İlişkilerinin Çözümlemesi, BMIJ, (2019), 7(1): 203-223 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1060>

## BİR İLİŞKİ YÖNETİMİ OLARAK HALKLA İLİŞKİLER: ÖRGÜT VE KAMU İLİŞKİLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ<sup>1</sup>

Aslı İcil Tuncer<sup>2</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 17/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi): 07/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*İlişki yönetimi paradigması halkla ilişkilerin merkezine ilişkileri koyar ve halkla ilişkiler bu merkezle terimsel olarak da karşılığını bulur. Halkla ilişkileri ilişkilerin yönetimi olarak açıklamak paydaşlar ve kamularla kurulan ilişkilerin yapısının çözümlenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışma, örgütün kurduğu ilişki biçimleri, ilişkilerin örgütte nasıl algılandığı, bu ilişkileri yetiştirmek için kullanılan stratejileri ve örgütün beklediği ilişki sonuçlarını açığa çıkarmak için derinlemesine görüşmeler ile kamuların örgütün ilişkilerine yönelik deneyimleri, örgütün kurduğunu varsaydığı ilişkilerle kamuların algılamaları arasındaki ayınlık/farklılığı ve bu ilişki biçimlerinden doğan bulgular ise odak grup çalışmaları ile çözümlenmeye çalışılmıştır. Tüm bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, ilişkiler açıkça örgütün merkezindedir, kamular için de ilişkiler değerlidir. İlişkilerin yetiştirilmesindeki stratejiler sonucunda, örgütün umduğu ilişki sonuçları da kamuların değerlendirmelerinde farklıdır.*

**Anahtar Kelimeler:** İlişki Yönetimi; Halkla İlişkiler; İlişki Yetiştirme Stratejileri; İlişki Sonuçları

**JEL Kodları:** L1, L2, M3

## PUBLIC RELATIONS AS A RELATIONSHIP MANAGEMENT: ANALYSIS OF ORGANIZATION AND PUBLIC RELATIONS

### ABSTRACT

*The paradigm of relationship management puts the relations in the center of public relations and public relations are rewarded in terms of this center. Public relations as the management of relations requires the resolution of the structure of relations with stakeholders and the public. This research the forms of the relationship established by the organization, how the relations are perceived in the organization, the strategies used to train these relations and the in-depth interviews to reveal the results of the relationship that the organization expects, tried to solve with focus group studies. When all the findings are generally evaluated, the relations are clearly at the center of the organization, and the relations for the publics are valuable. The results of the relationship that the organization hopes as a result of the strategies in the training of the relations are different in the evaluations of the public.*

**Keywords:** Relationship Management; Public Relations; Relationship Cultivation Strategies; Relationship Results

**JEL Codes:** L1, L2, M3

<sup>1</sup> Bu çalışma, Bir İlişki Yönetimi Olarak Halkla İlişkiler: Örgüt Ve Kamu İlişkilerinin Çözümlemesi Başlıklı Doktora Tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Dr. Öğr.Üyesi, Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, [atuncer@adu.edu.tr](mailto:atuncer@adu.edu.tr) <http://orcid.org/0000-0003-3171-4682>



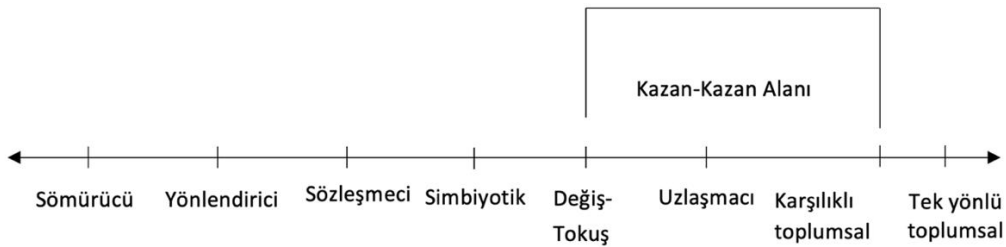
## 1. GİRİŞ

Halkla ilişkilerin terim olarak ilişkiler ve karşılıklılığı içerdiğinden ilk kez Broom, “coorientational measurement of public issues” makalesinde (1977, s.111) söz etmiştir. Ancak ilişki yönetimi paradigmasının halkla ilişkilerin merkezine yerleştirilmesi Ferguson’un (1984, s.5) öncü çalışmasında, ilişkilere odaklanmanın halkla ilişkiler teorisinin gelişimine hız kazandıracak iyi bir fırsat sunduğuna işaret etmesi ile başlamaktadır. Ferguson’un (1984, s.5) işaret ettiği bu odaklanma, halkla ilişkileri kuramsal bağları ile yeniden bir araya getirebilecek bir çerçeveyi, ilişki yönetimi paradigmasını açıklamaktadır. İlişki yönetimi paradigması ilkin halkla ilişkilerin merkezine ilişkileri koymaktadır. Halkla ilişkiler bu merkezle terimsel olarak da karşılığını bulmaktadır. Bu tepeden halkla ilişkilerin misyonunu keşfetmek için farklı bir yöne bakmak gerekmektedir. Zira bu tepede halkla ilişkiler, örgüt içindeki sorumluluklarının genişletildiği, uygulayıcıların rollerinin aşırılaştırıldığı ya da kuramsal bağlarının kopararak sadece uygulamaları yöneten bir anlayışla açıklanamaz. Dahası halkla ilişkilerin iletişim uygulamalarına dayanarak bilgi yayma ve duyurum üretme işlevi, örgüt ve kamularla kurulacak ilişkilerdeki etkileşimi anlamak için de yetersizdir. Oysa ilişki yönetimi paradigması ile halkla ilişkileri resmetmek, başta örgütlerin örgütlerin ortamları ile etkileşimlerini kabul etmek, ortamın en değerli bileşenini kamular olarak anlamak ve örgütü ve kamuları ilişkiler bağlamında açıklamak demektir.

Bu çalışmada ilişkiler, “bir ya da daha fazla taraf arasındaki bağımlılık” olarak tanımlayan O’Hair, Friedrich, Wiemann, ve Wiemann (1995) ve bu bağımlılıkları her iki taraf içinde beklenen sonucun alınması için gereken tüm koşulları bütünüyle her iki tarafın da kontrol edemediğini açıklayan Pfeffer ve Salancik’in (1978, s.82) izinden gidilerek, örgüt ve kamular arasında iletişim aracılığıyla oluşturulan bir süreç olarak kavramsallaştırılacaktır. Böylece çalışma, örgütün kamuları ile ilişki biçimlerini, bu ilişkilerin yarattığı sonuçları ve ilişki yetiştirme stratejilerini teorik olarak tanımlamaktan çok anlamaya çalışmayı amaçlamaktadır. Bu çaba, hem kamuların hem de örgütün değerlendirmeleri dikkate alınması örgüt kamu ilişkilerinde örgütün öngördüğü ilişkileri kamuların farklı değerlendirebileceği varsayımı ile ilişkilidir. Buradan hareketle çalışma, her iki tarafın ilişki biçimine yönelik algılarını, başka bir ifadeyle ilişkilerin, tarafların zihninde nasıl yer aldığı sorusunun yanıtını ararken, ilişkilerdeki örgütün ve kamuların değerlendirmelerindeki farklılıkları ve aynılıkları açıklamaya çalışacaktır.

## 2. İLİŞKİLER VE İLİŞKİ BİÇİMLERİ

Ferguson (1984) halkla ilişkiler alanı için ilişkilerin merkez önemine dikkat çeken ilk araştırmacıdır. Ferguson (1984, s.6) ilişkilerin pek çok kavramla eş anlamda kullanıldığını vurgulamış, ilişkinin bazen dışsal bağlantılarla, bazen etkileşimle, bazen de karşılıklı bağımlılıkla açıklanabileceğini ileri sürmüştür. Bunlar içinde karşılıklılık, tarafların birbirlerine yanıt verme olasılıklarına bağlı olarak birbirlerine adil davranma varsayımını da içerir. İlişkilerde bağımlıktan çok bağımlılık vurgusu değerlidir. Bağımlıklar kolay değişebilir, ancak iki taraf birbirine bağımlı olduğunda ilişki daha güçlü bağlarla ve etkileşimle yoğurulmuş demektir. O’Hair, Friedrich, Wiemann ve Wiemann (1995, s.113) da ilişkiyi “bir ya da daha fazla kişi arasındaki bağımlılık” anlamı ile açıklamıştır. Onlara göre ilişkilerde farklı kimliklere, özelliklere bireysel ve toplumsal algılara sahip olan taraflardan her biri belirli etkileşimle ya da bilişsel olarak farklı seviyelerde birbirine bağımlıdır. İlişkiler doğası gereği karmaşıktır, onları açıklamak ancak belirli sistematiklerle daha anlamlı ve açıklayıcı olabilir. Bu fikirden hareketle araştırmada Hung’in (2005, s.393) sömürücü, sözleşmeci, yönlendirici, uzlaşmacı, ve simbiyotik ilişkilerden oluşan beş ilişki biçimi açıklanmıştır. Hung (2002; 2005) ayrıca tek yönlü ve karşılıklı toplumsal, değişim ve yönlendirici ilişkileri de tanımlamaktadır.



Şekil 1. İlişki Biçimleri

(Kaynak: Hung, 2005, “Exploring Types of Organizational-Public Relationships and Their Implications for Relationship Management in Public Relations,” Journal of Public Relations Research, 17(4), 393-426).

İlişki biçimleri, şekilde görüldüğü gibi en asimetricten en simetrik ilişkiye uzanmaktadır. Öyle ki, sömürücü ilişkilerde kamuların faydası hiç yer almazken, tek yönlü toplumsal ilişkilerde aksi bir yönle örgütlerin faydası yer almaz. Diğer yandan hem örgütün hem de kamuların karşılıklı faydasının ifadesi kazan-kazan alanıdır. İlişkiler bağlamıyla en verimli alan burada görünmektedir. Zira kimin ne kadar kazanacağına bağlı olmaksızın her iki taraf için de bu alanda bir kazanım söz konusudur. Bu durum kamular ve örgütün ilişkilerinde dengenin de var olabileceğini kanıtlamaktadır. Kazan-kazan alanında hem örgütler hem de kamular çıkarları için mücadele ederken niceliksel kazanımlar değersizleşmekte, her iki taraf kendi faydası için diğerinin faydasını kabul etmektedir. Diğer yandan sömürücü ilişkiler

şirketlerin kar amacını sürdürdüğü sürece var olabilir, tek taraflı toplumsal ilişkiler ise sivil toplum kuruluşları gibi kar amacı gütmeyen örgütlerin ilişkileri olarak görülebilir. Zira kar amacı şirketler için güçlü bir dürtüdür, içinde her daim örgüt faydasını barındırmaktadır. Tek yönlü toplumsal ilişkiler kamular tarafından değerlendirildiğinde, örgütler için son derece asimetriktir. İlişkileri bu yönüyle değerlendirmek önemlidir, zira bu bakış her iki taraf için de bazen asimetrik ilişkilerin var olabileceğini açıklamaktadır. Elbette örgüt, her ilişki biçimine ihtiyaç duymaktadır. Ancak halkla ilişkiler bu ilişki biçimlerinden tek yönlü olanlar yerine çift yönlü olanlara daha fazla yatırım yapmalıdır (Grunig ve Hunt, 1984; Sungun, 2005). Bunun yanı sıra hem sömürücü hem de yönlendirici ilişkilerin her ikisi de negatif ilişkiler olmasına rağmen hem sömürücü ilişkiler yönlendirici ilişkilerden önce yer almaktadır. Bu durum sömürücü ilişkilerde güçlü tarafın diğerine herhangi bir çaba olmadan ilişkide kazandığı fayda ile açıklanabilir. Oysa yönlendirici ilişkide bir taraf fayda sağlayabilmek amacıyla diğerini iknaya çabalamaktadır.

### 3. ÖRGÜTÜN İLİŞKİ YETİŞTİRME STRATEJİLERİ

Örgütün ilişki biçimlerini belirleyen ilişki yetiştirme stratejileri, halkla ilişkilerin ilişki yönetiminde ne yaptığını da açıklamaktadır. Buradan hareketle araştırmada daha önce de pek çok araştırmacı (Hung, 2002; Liu, 2012; Ki ve Hon 2006, 2008) tarafından kullanılmış sekiz ilişki yetiştirme stratejisi tartışılacaktır. Bu stratejilerden *erişim*, tarafların konular hakkındaki bilgilere ve konularla ilgili ne düşünüldüğüne ulaşılabilmesi anlamındadır. Bu stratejide örgütün medya çıktıları veya farklı iletişim kanalları ile bilgileri kamularına ne kadarını ulaştırabildiği açıklanmaktadır. *Açıklık*, tarafların davranışları ile ilgili bilgi sağlamasını ve ilişkinin durumuna yönelik tartışabilir olunmasını anlatmaktadır. Tartışmada taraflar duygu ve düşüncelerini açık bir biçimde paylaşması (Hon ve J.Grunig, 1999:14) ve bu paylaşımın da gönüllü olması beklenmektedir. Aynı zamanda ilişkilerde açıklık, gücün dağılımını daha simetrik yapabilecek güce sahiptir.

*Olumluluk*, kamuların örgütlerle ilişkilerinde ilişkiye dahil olduklarını hissetmeye ihtiyaçları vardır. Stratejinin özünde, diğer tarafa yönelik eleştirilerden kaçınmak, ilişkiden mutlu olunduğunun göstermek ve diyalogda nazik davranmak yatmaktadır (Hung, 2002, s.52). Diğer yandan olumluluk karşılıklı denetim ve güven çıktısı oluşturmada temel stratejidir (Canary ve Stafford, 1993; Stafford ve Canary, 1991). *Ağ oluşturma* stratejisinde, örgütler kamularıyla ortamlar, topluluklar ve birlikler gibi koalisyonlar ya da ağlar inşa etmektedir. Kişilerarası literatürde tartışılan ilişkilerde güvence (Canary ve Stafford, 1993;1994) birbirleri ile ilgili endişeleri olan tarafların birbirlerine güven vermek adına yaptıkları girişim olarak

tanımlanmaktadır. Güvence, tarafların ilişkiyi sürdürmeye yönelik olarak gösterdikleri taahhütleri ve sorumluluğu da içermektedir. *Güvence stratejisi* ise bu kabulün bir girişimidir ve ilişkide olan tarafların ilişkinin sürdürüleceğine olan bağlılıklarını göstermektedir.

*Görevlerin paylaşımı*, her ne pahasına olursa olsun sorumlulukların paylaşılmasıdır (Ki ve Hon, 2006). *Bütünleştirici strateji*, tarafların sorunu açık bir biçimde tartışarak ve ortak bir karar vererek birlikte çözmesi anlamındadır. Stratejinin amacı kazan-kazan çözümüne ulaşmaktır. Dolayısıyla sadece bütünleştirici strateji çatışmalarda "işbirliğine ve açıklığa" dayanmaktadır. Bütünleştirici stratejisinin aksine *dağıtıcı stratejide*, tek bir tarafın maksimum kazancı ve minimum kaybindan söz edilmektedir. Kazan-kazan yerine kazan-kaybet durumu ile açıklanan bu asimetrik strateji bir tarafın konumu ile ilgilidir. Dağıtıcı strateji, hükmetme, bir konuma ikna etmek için ısrar etme gibi ilişkiyi tek taraflı kontrol etme taktiklerini içermektedir (Hon ve J.Grunig, 1999). *Çift taraflı ilgi stratejileri*, örgütün çıkarları ile kamunun çıkarlarının dengelenmesi olarak açıklanabilir. Cameron'a (1997) göre, ilişkilerde salt uyum, kamuların talepleri ile örtüşmek için örgütün pozisyonunu değiştirmektir. Salt savunuculuk ise kamuların beklentilerine rağmen örgütün ihtiyaçlarına göre pozisyon almaktır.

#### **4. ÖRGÜTÜN KURDUĞU İLİŞKİLERLE ULAŞILAN SONUÇLAR**

İlişki yönetimi paradigması sadece ilişkilerin biçimlerine ve bu ilişkileri yetiştirecek stratejilere değil, aynı zamanda ilişki sonuçlarına da odaklanmaktadır. Zira paradigma örgütler ve kamuları arasındaki ilişki biçimlerinin ilişki sonuçlarını etkilediğini varsaymaktadır. Buradan hareketle Huang (1997, 2001) ve Grunig ve Hon (2000) için örgüt kamu ilişkilerinde elde edilebilecek karşılıklı denetim, güven, tatmin ve bağlılık sonuçlarını tartışmaktadır.

*Karşılıklı denetim*, ilişkisel hedefler, tekrar eden davranışlar ve her iki tarafın diğeri üzerindeki etkiye ilişkin anlaşmaya varılması demektir. Karşılıklı denetimde gücün, eşit dağılması idealdir, ancak güç, çoğu zaman dengesiz kullanabilmektedir. *Bağlılıkta* ilişkideki taraflar ilişkiyi sürdürme, teşvik etme ve tatmini için enerji harcamaya degeceğine inanmaktadır. Taraflar diğere karşı olumlu hisseder çünkü ilişki beklentilerini güçlendirmiştir. *Tatmin*, ilişkideki tarafların birbirlerine ne ölçüde olumlu bir şey hissettiğine bağlıdır. Her bir taraf diğere ilişkin ilişkiyi sürdürmek için olumlu bir adım attığına inandığında tatmin de artmaktadır. *Güven* sonucu, iletişimdeki tarafların istekli bir biçimde davranışlarında açık olması ve birbirlerine duydukları inancın düzeyini anlatmaktadır.

## 5. METODOLOJİ

Araştırma, ilişkilerin yapısını çözümlerken yorumlayıcı bir yaklaşımla sosyal bir olguyu katılımcıların bakış açısından anlama ve yorumlama çabasıdır. Bu çabada araştırmacı, gerçeğin sosyal ortamda oluştuğuna, karmaşık olduğuna ve sürekli değiştiğine inanmaktadır. Gerçeklik sosyal olarak oluşturuluyorsa, örüntüler ancak etkileşim ile ortaya dökülebilir. Nitel araştırmaların sosyal yapılarla, deneyimlerle ve bunların arasındaki ilişkilerle ilgilenme eğilimi tezin ilişkilerin yapısına ilişkin gerçekleştirmeyi umduğu çözümlene için uygun görünmektedir. Araştırmada ilişkideki her iki tarafın, hem örgütün hem de kamuların ilişkileri “nasıl” algıladığı değerlendirilmiştir. Örgütün kurduğu ilişki biçimlerini, ilişkilerin örgütte nasıl algılandığı, bu ilişkileri yetiştirmek için kullanılan stratejileri ve örgütün beklediği ilişki sonuçlarını açığa çıkarmak için 3 yönetici ile derinlemesine görüşmeler ve yöneticilerin ifade ettiği birincil kamular ile 3 odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir.

### 5.1. Odak Grup ve Derinlemesine Görüşmeler

Derinlemesine görüşme 3 yönetici ile gerçekleştirilmiştir. Yöneticilerin biri *stratejik planlama ve kurumsal pazarlama takım lideri*, diğeri *kurumsal iletişim direktörü ve sonuncusu Çukurova Bölgesi kurumsal iletişim yöneticisidir*. Yöneticilerin örgütle bağları en az 3 yıldır. Yüzyüze görüşmeler yöneticiler tarafından belirlenen tarihlerde, önce Adana’da sonra İstanbul’da ve en son İzmir’de gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin her birinin süresi ortalama 45 dakika ile 2 saat aralığındadır. Görüşmeler araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş, kişisel notların yetersiz olacağı fikrinden hareketle ses kayıtları alınmış, bu kayıtların deşifresi yolu ile de bulgular açığa çıkarılmıştır. Görüşmelerde kullanılan açık uçlu görüşme formunun üç merkezi vardır; ilişki biçimlerinin, ilişki yetiştirme stratejilerinin ve sonunda beklenen ilişki sonuçlarını keşfetmek. Formda yer alan ilişki biçimleri Hung’un (2005, s.393-426) tanımladığı sekiz ilişki biçimi, sömürücü, sözleşmeci, simbiyotik, değişim, uzlaşmacı, karşılıklı toplumsal, tek yönlü toplumsal ilişkilerden oluşan sekiz ilişki biçimi ile tartışılmıştır. İlişki yetiştirme stratejileri ve ilişki sonuçları ise Hung (2002), Grunig ve Huang (2002) çalışmaları takip edilerek kategorilendirilmiştir. Derinlemesine görüşme formunda farklı ilişki biçimleri, sonuçları ve stratejilerine yönelik farklılık arayışı, çalışmada tam yapılandırılmış form yerine yarı yapılandırılmış bir formun tercih edilmesine neden olmuştur. Yarı yapılandırılmış formlarda ele alınacak konular ve sorular yazılı bir listeye dayalıdır, ancak görüşmecinin kontrolü altında katılımcıya esneklik sağlayacak şekilde düzenlenmektedir (Russell, 1998). Yarı yapılandırılmış görüşmede bu esneklik önceden belirlenen açık uçlu sorularla sağlanmaktadır, bu sorular hem görüşmeyi sürekli canlı tutmakta, hem de görüşmeciye daha

ayrıntılı bilgilere ulaşmasının yolunu açmaktadır. Görüşmedeki bu aktif süreç, Holstein ve Gulbrium (1995, s.59) ifadesiyle “işbirlikçi yapıda anlamın inşası”, görüşmelerin katılımcıların verilerini yanlış yorumlanmasına yönelik dezavantajını azaltmayı sağlayabilmektedir.

Odak grup çalışmaları yöneticilerin öncelikli kamu grubu olarak işaret ettiği müşteriler ile gerçekleştirilmiştir. Müşteriler için de en ulaşılabilir yer, hizmet/ürün aldıkları yerler olarak belirlenmiştir. Sadece bir örgüt için bunu uygulamak mümkün olmamıştır, görüşmeler başka bir örgütün toplantı salonunda gerçekleştirilmiştir. Her bir odak grupta yedi kişi yer almaktadır. Bu gruplar örgütle uzun ya da kısa süreli ilişki deneyimine sahip olanlardan oluşturulmuştur. Yöneticilerle benzer şekilde gizlilik kaygısı, odak gruplara katılanların ifadelerinin gerçek isimleri ile değil takma isimler kullanılarak aktarılmasına neden olmuştur. Tek moderatörlü 3 odak grup görüşmesinin her biri, yaklaşık 1-2 saat devam etmiş, her bir odak grupta 7 kişi yer almıştır. Hem odak grup hem de derinlemesine görüşmelerin bulguları aktarılırken, katılımcıların gerçek isimleri yerine kod isimleri kullanılmıştır.

## **5.2. Evrenin ve Örneklemin Belirlenmesi**

Tüm örgütler için ilişkiler değerlidir. Ancak ilişkilerin karmaşıklığı ve farklı gruplarla temas edebilmeleri anlamıyla şirketlerin ilişkileri başlatmak, geliştirmek, korumak için diğer örgütlere göre daha yoğun çaba harcamaları beklenmektedir. Diğer yandan şirketlerin kar amacı, örgütsel meşruiyete de daha çok ihtiyaç duymalarına neden olmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcı örgütler olarak şirketler, ilişki ağlarının daha net kavranmasında diğer örgütlerden daha çok fayda sağlayabilir. Evrene ilişkin net bilgilerin, daha açık ifade ile ilişkilere katkı sağlayan tanınır olma, bilinir olma ya da itibara ilişkin bütüncül akademik çalışmaların olmaması nedeniyle bir pazar araştırması olan “Superbrands” araştırmasının yol göstericiliğinden yararlanılmıştır.

Superbrands araştırması, sürekliliği, kriterleri ve Türkiye’de faaliyet gösteren büyük şirketleri kapsamı bağlamıyla araştırma sorularının yanıtlayacak zengin verileri barındırmaktadır. Zira Superbrands iki yılda bir 87 ülkede düzenlenmekte ve arzulanan, tanınan, duygusal ve/veya fiziksel avantajları diğer markalara göre çok daha yüksek oranda sunan markaları "Süpermarka" olarak tanımlamaktadır. Bu markalar, şirketin büyüklüğünün yanısıra markalaşmaya yaptığı yatırım ve marka devamlılığı, sosyal sorumluk projelerine katkıları, çevre duyarlılığı, etik değerlere uyma ve vergi sıralamasındaki yerleri dikkate alınarak belirlenmektedir. Superbrands Türkiye araştırması için Nielsen 2014 yılında, İstanbul, Ankara ve İzmir’de bin 600 kişiyle yapılan yüz yüze görüşmeler yapmış, görüşmeler sonunda

Türkiye'nin 159 süper markasını sıralamıştır. Bu markaların 98'ini Türk sermayeli şirketler ve kurumlar oluşturur.

Evrende örneklemin nasıl belirleneceği önemli bir soru(n)dur. Burada McCracken'in (1988, s.46) sözlerini hatırlamak faydalı olabilir; nitel metodlarla zengin ve derin veriler toplamak değerlidir, bunları sayısallaştırmak temel kaygıyı oluşturmaz. Nitel methodlar için önemli olan örneklemin araştırma evrenini temsil etmesi değil, araştırma yapılacak meseleye uygunluğudur. Bu durum “ne” sorusundan ziyade “nasıl” sorusuna yanıt aramasıyla ilgilidir. Örneklem seçiminde nitel metodlar için amaçlı örneklem türünün kapsayıcılığından (Coyne, 1997) yararlanılmıştır. Buradan hareket alarak, süper markalar içinde ilk olarak kurumlar Koç, Sabancı, Boğaziçi ve Bilgi Üniversiteleri- listeden çıkarılmıştır. Ayrıca Eczacıbaşı, Holding olarak Superbrand listesinde yer almış olmasına rağmen farklı sektörlerde faaliyet göstermesi sebebiyle listeye dahil edilmemiştir. Bu şekliyle elde kalan 93 süper marka, reklama ayırdıkları bütçeler baz alınarak değerlendirilmiştir. Zira şirketlerin kitle iletişim araçlarında görünür olmasında ve kamularıyla ilişki kurmasında değerli enstrümanlardan biri hala reklamdır. Dolayısıyla örneklem seçiminde şirketlerin reklam bütçelerine bakarak gerçekleştirilen sınıflama ilişkiler bağlamıyla anlamlı olabilir. Sınıflama araştırmacıya örneklemin alınacağı parçaları göstermek için elverişli bir yolunu oluşturmuştur. Buradan hareketle, reklama en az bütçe ayıranlar (5 milyondan az), orta büyüklükte bütçe ayıranlar (5-30 Milyon) ve en fazla bütçe ayıranlar (30 milyondan fazla) olarak üçe ayrılmıştır. Üç grup içinden her bir gruptan araştırmacı için ulaşılabilir üç süper marka sektörel farklılıklar da gözetilerek örneklem olarak belirlenmiştir.

### 5.3. Katılımcıların Özellikleri

Örgütlerdeki katılımcıların belirlenmesinde, kendi iş geçmişlerinde ilişkilere ait deneyimlerin var olması ve kararlara katılım düzeyleri önkoşul olarak belirlenmiştir. Ancak departman çalışanlarının, örgütün ilişki biçimlerini, yetiştirme stratejilerini doğru yansıtmayabileceği görüşünden hareketle, katılımcıların departman yöneticisi, halkla ilişkiler uygulayıcısı ya da CEO olarak tek koşul zorunluluğu aranmamıştır. Bu tercihle, örgütte yönetim kademelerinde yer alan kişilerin, hem değerleri uygulayıcı hem de taşıyıcı özellikleri ile örgütün ilişkilerinde daha fazla deneyime sahip olabileceği diğer yandan örgütün halkla ilişkilere bakış açısını açıklamada ve örgütün stratejik kararları için önemli birincil kamuların belirlenmesinde araştırmaya daha doğru bir yol gösterebileceği düşünülmüştür.

Araştırmanın ikinci adımında yöneticiler, birincil öneme sahip kamular olarak tanımladığı gruplarla odak grup çalışması yapılmıştır. Bu grupların belirlenmesinde araştırmacının tespiti yerine yöneticilerin belirlemelerinden faydalanmak, araştırmaya karmaşık ilişkileri ve spesifik özelliklere sahip grupların daha net açıklanabilmesinde önemli rol oynamıştır. *Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır; (1) Örgütün ilişkide olduğu farklı kamu grupları var mı? (2) Örgütler kamularıyla kurduğu ilişkileri nasıl tanımlıyor? (3) İlişki biçimlerini belirleyen ilişki yetiştirme stratejileri neler? (4) Kamular örgütün ilişki biçimlerini nasıl algılıyor? (5) Örgütün ilişkileri algulaması ile kamunun algulaması arasında aynılık/farklılık var mı? (6) Kamular ilişki sonuçlarını nasıl değerlendiriyor? (7) Örgüt hangi ilişki yetiştirme stratejileri ile hangi ilişki sonuçlarına ulaşıyor?*

## **6. BULGULAR**

Örgütün ilişkilerini açıklarken söz edilmesi gereken ilk değerli bulgu, örgütün ilişkide olduğu farklı kamu grupları var mı? sorusunu aydınlatmıştır. Bu sorunun yanıtı açık biçimde “evet”dir; örgütler çoklu ilişkiler kurmaktadır. Dahası kurumsal iletişim direktörü Ahmet (44), bu ilişkileri örgütler için bu bir zorunluluk olarak açıklamaktadır: “*Çok geniş bir faaliyet alanımız var, bu da çok sayıda insan ve grupta ilişki kurmayı kaçınılmaz yapıyor*”. Stratejik planlama ve kurumsal pazarlama takım lideri Cem (48) de bu durumu şöyle açıklıyor; “*Tek bir kamuya hitap etmek bizim için uygun değil, her biri ile çalışıyoruz (...), onlara varlığımızı sürdürmek için ihtiyacımız var, diyebilirim ki ilişkilerimiz yoksa devam edemeyiz, kör oluruz, ilişkiler gözümüz gibi etrafı bize gösteriyor, göz ne kadar çok şey görürse, o kadar iyi*”. Bu ifadeler, örgütün çoklu kamularının var olmasının yanı sıra örgütlerin çoklu ilişkileri nasıl örgütün merkezine yerleştirdiklerini de göstermektedir.

Diğer yandan açık ki, ilişkiler sürekli değişim halindedir ve örgüt ilişkilerine bağımlıdır. Yöneticilerden kurumsal iletişim yöneticisi Hakan’ın (42) ilişkilerdeki değişen yapısına şöyle değinmiştir; “*İlişkilerimizin dünü ve bugünü aynı değil, her geçen gün yeni ilişkilerle daha çok kişiye ulaşıyoruz, ulaşmak için çabalıyoruz, ne kadar farklı grup varsa ilişki ağımızda yeterli değil diyoruz (...)*. İlişki süreci, durmaksızın değişir ve bu devim etkileşim boyunca ilerleyerek gerçekliği yeniden şekillendirir (Baxter ve Montgomery, 1996; Canary ve Zelle, 2000). Hem ilişkilerin durağan ol(a)mayan doğası hem de örgütlerin değişmez ilkelere her daim sıkı sıkıya bağlı kalamamaları, bu çalışmanın da ilişkileri halkla ilişkilerin merkezine yerleştirerek savunduğu, halkla ilişkilerin bugün “ne yapması gerektiği” ile ilgili ipuçları vermektedir. Öyle ki bu ipuçları, örgütün salt kendine dönük politikalar ürettiği süreçlerden, en yalın şekilde



açıklanırsa, ortamdaki kamuların ve örgütlerin birbirlerine nüfuz ettiği karşılıklı bağımlılıkları yöneten bir halkla ilişkiler fonksiyonu için uygun bir zeminin varlığı olarak da okunabilir.

### 6.1. Örgütlerin Kamularıyla Kurdukları İlişki Biçimlerine İlişkin Bulgular

Araştırmada yanıt aranan bir diğer soru, örgütlerin kamularıyla kurduğu ilişkileri nasıl tanımladıklarıdır. Bulgulara göre, uzlaşmacı ilişkiler örgütlerin en sık kurduğu ilişki biçimidir. *“Uzlaşmacı ilişkiler bizim felsefemizi anlatıyor. Biz ilişkilerimizde her zaman bir uzlaşma arıyoruz, bu uzlaşma ilişkilerimizin sürdürülebilir olması için en önemli kaynak (...)”* ifadesinde yönetici, uzlaşmacı ilişkilerin varolma sebebini ilişkilerin sürdürülebilir olmasının koşutu olarak açıklamıştır. Stratejik planlama ve kurumsal pazarlama takım lideri Cem’in (48), açıklamaları da uzlaşmacı ilişkilerin örgütler için değerini anlatmaktadır; ancak bu ifadede meşruiyete ilişkin önemli bir vurgu da vardır *“(...) örgütümüzün kararlarına tek başımıza değiliz, toplumun da kararlarımızı politikalarımızı kabul etmesine, destek vermesine eğilimimiz var (...). bir açıdan baktığımızda politikalarımız için uzlaşmacı davranmak mecburiyettir. Uzlaştığımız sürece kamularla ilişkilerimizde kriz oluşmaz, yani bizi kabullenmişler demektir”*. Görüldüğü gibi, örgütler uzlaşmacı ilişkileri literatürde açıklanan anlamından biraz farklı işletmektedir. Örgütlerin uzlaşmacı ilişkilerin arkasına gizledikleri meşruiyet derdi, neredeyse tüm zemini kaplamış durumdadır. Meşruiyetin yani toplumsal onay ya da başka bir ifade ile uyumlaştırmanın örgütler tarafından yeni kurumsal geleneğe uygun olarak örgütün devamlılığını sağlayacak kabul görme ve desteklenme olarak algılandığı bu açıklamalarla daha belirginleşmektedir. Öte tarafta örgütlerin en uzak durduğu ilişki biçimi olarak yönlendirici ilişkiler durmaktadır. Ne var ki katılımcıların ifadelerinin aksine, yönlendirici ilişki biçimine yönelik eğilimlerin sıklıkla var olduğu olduğuna ilişkin bir kanaat oluşmuştur. Kurumsal iletişim yöneticisi Hakan’ın (42) ifadesinde bu eğilimin izlerini farketmek zor değildir; *“(...) bazı zamanlarda kamularla uzlaşmak mümkün olmadığında mesela, ikna etmek istiyoruz, tabii ilk seçeneğimiz bu değil. Önce uzlaşmak isteriz, fakat bir yerde artık bazı kararları uygulamak zorunluysa bize de yapacak bir şey kalmıyor”*.

Tıpkı yönlendirici ilişkiler gibi, sömürücü ilişkiler de kaçınılan ilişki biçimlerinden biridir. Yöneticilerin hepsi için kamuların günümüz koşullarında sömürülmesi de zaten mümkün değildir. Kurumsal iletişim direktörü Ahmet (44) şöyle açıkladı; *“(...) bu kadar rekabet içinde sömürü ilişkileri kurmak olanaksız. Ancak rekabet olmazsa o zaman bunu yapabilirsiniz. Müşterilerimiz için sömürücü ilişkileri kullansak bizi tercih etmezler, varlığımızı sürdürüremeyiz”*. Bir başka ifadesinde de rekabetin, sömürücü ilişkileri engellediği açıklanmıştır, *“(...) çevremizden bağımsız değiliz, aynı üretim ağında onlarca hizmet sunan örgüt var, hep*

*bana der, sömürürseniz, müşterilerinizin bunu anlaması ve sizi terk edip başka ürünler kullanması hiç uzun sürmez". Gerçekte beklenen bu ilişkilerin etik olmayan doğasına vurgu yapılmasıdır, ancak rekabetin dışında sömürücü ilişkileri örgütün kendi felsefesine aykırı bulan tek bir yönetici vardır: "Ne olursa olsun sömürücü ilişkileri etik bulmuyorum (...) Tek örgüt bile kalsak müşterilerimizle bu tür bir ilişki geliştirme hakkımız yok. Bizim kurumsal değerlerimiz içinde insancıl olma ve evrensel etik kaidelerine uymak var" (Kurumsal iletişim direktörü Ahmet-44).*

## **6.2. Örgütlerin İlişki Yetiştirme Stratejilerine İlişkin Bulgular**

Yöneticilerin tamamı birden fazla ilişki yetiştirme stratejisine değinmiştir. Bu stratejilerden çift taraflı ilgi, örgütlerin ilişkilerini yetiştirirken en sık kullandıkları stratejidir. Bunun yanı sıra ağ oluşturma ve güvence stratejileri de kullanılmaktadır. Dağıtıcı strateji ise örgütlerin hiç kullanmadıkları bir stratejidir. Ancak yöneticiler stratejilerle ilgili bilgiler vermekte isteksizdir. Tam anlamıyla açıklamasalar da ifadelerle ilişkin detaylar bazı çıkarımlara varmaya yardımcı olmuştur. Kurumsal pazarlama takım lideri Cem (48), söz stratejilere geldiğinde *"bunlar aynı zamanda politikalarımızdır, bunların tamamını orta yere konuşmak pek uygun değildir (...)"* ifadelerini kullanmıştır. Stratejileri açık etmekle ilgili kaygıyı kurumsal iletişim direktörü Ahmet de (44) paylaşır; *"olumlu stratejilerle olumlu ilişkiler kuruyoruz, fakat bu ya da tam şu demek mümkün değil, bazen bunların hepsi, bazen hiç biri (...). Fakat bu düzlemde bunları açık etmek zor görünüyor".* Yöneticiler için örgütlerinin kullandığı stratejiler olumlu ilişkiler yaratmak içindir. Yöneticiler çift taraflı ilgi stratejisini açıklarken verdikleri tavizlere rağmen kamuların uç düzeydeki beklentilerinden söz etmektedir; *"(...) Çift taraflı olarak ilgileri de değerlendiriyoruz. Bazen de taviz veriyoruz, ama bazen hatta çok zaman kamuları memnun edemiyoruz çok daha fazlasını bekliyorlar, beklentileri o kadar farklı ve uç düzeyde olabiliyor ki o durumda artık yapacak bir şeyimiz de kalmıyor"* (Kurumsal iletişim yöneticisi Hakan-42). Nitekim önceki tartışmalardan da hatırlanacağı gibi *"yapacak bir şeyin kalmaması"* durumunda bu defa ikna tekniklerini kullanan örgüt, meşruiyet aramaya devam etmektedir. Diğer yandan dağıtıcı strateji, tıpkı sömürücü ilişki biçiminin reddedildiği gibi reddedilmiştir. İlginç bir biçimde yöneticiler bu yetiştirme stratejilerinin etik olmayan doğası yerine *"günümüz koşullarında işe yaramamaları"* nedeniyle kullanılamaz bulmuşlardır. Ne var ki yöneticiler için işe yarayanın aynı zamanda etik olup olmadığı asli kaygıyı oluşturmaz.

### 6.3. Örgütlerin İlişkilerden Bekledikleri Sonuçlara İlişkin Bulgular

Örgütün yetiştirdiği ilişkilerden beklentileri elbette vardır. Örgütlerin beklediği en önemli sonuç güvendir. Aslında güven tek sonuç olarak ifade edilmesine rağmen yöneticiler için diğer sonuçların varlığı için de tek gerekliliktir. Yöneticilere göre örgütleri dürüst, inandırıcı ve açıktır ve bu onları güvenilir yapan en önemli şeydir. Dolayısıyla örgütler için ilişki biçimlerindeki sonuç, güven “olmalı”dır ancak olmama olasılığı da varsa nedeni kendileriyle değil ancak kamular ile ilgili olabilir. Zira günümüz kamuları şeffaflık ve açıklıkta aşırı beklentilere sahip gruplara dönüşmüştür. Özellikle kurumsal pazarlama takım lideri Cem’in (48) ifadeleri bu noktaya değinmektedir; *“Biz güvenilir bir örgütüz, verdiğimiz sözleri tutmaya ve ilişkilerimizde kamulara dürüst ve açık davranmaya dikkat ediyoruz. Ama bunun karşılığını göremediğimiz zamanlarda oluyor, bazen müşterilerimiz bizden olamayacak kadar şeffaflık bekliyor, bunu şuna benzetiyorum ben kim evinin içinin röntgenlenmesini ister, kimin evinde bir perde yoktur?, normal olarak bizim örgütümüzün de sınırları var, bu doğal karşılanmalı diye düşünüyorum (...) Bu bize güven tek şartsa işimiz zor”*. Yine yöneticiler için güven bir yanıyla da kamular tarafından çok aşırı anlamlar yüklenmiş bir kavramdır. Zira güveni oluşturan dürüstlük ve adalet gibi kavramlar kamular tarafından aşındırılmış, örgütleri köşeye sıkıştırmada kullanılır olmuştur. Kurumsal iletişim direktörü Ahmet de (44) bunu bir örnekle açıklar; *“(…) bir konuda yanlış anlaşılıştık, dürüst olmak gerekirse medyadan da kaçınıyorduk, kamuları bilgilendirmek için pek çok şey yaptık ancak aldığımız tepkiler inanılmazdı, çoğu bilgilendirmeyi, kendimizi anlatmayı yeterli bulmadığı gibi, bir de yapmadığımız şeyleri de bize yakıştırdı, şimdi hala bazı toplantılarda konuşuruz aramızda yönetici arkadaşlarla iyi mi ettik, kötü mü, daha çok dikkat çektik ve ilişkide olduğumuz müşterilerimiz abartılı şekilde sanki yapmak zorundaymışız gibi aşırı isteklerde bulundu. Bu durumu fırsat bilerek dava açanlar bile oldu”*. Bu, örgütlerin şeffaflığın çok abartılı olmaması gerektiğine duydukları inancı oluşturan nedenlerden biri olarak da okunabilir. Neticede örgüt olumlu ilişki yetiştirme stratejileri ile olumlu ilişkiler kurar, bundan da olumlu ilişki sonuçları beklemektedir.

### 6.4. Kamuların Örgütün İlişkilerine Yönelik Değerlendirmeleri

Bu bölümde kamuların odak gruplar çalışmaları ile açığa çıkarılmış algıları açıklanmaktadır. Kamuların örgütün ilişki biçimine yönelik algılamaları ile yöneticilerin ifade ettiği ilişki biçimleri birbirinden farklıdır. Kamuların örgütün ilişki biçimlerine yönelik değerlendirmelerinde tüm odak gruplarda baskın olarak algılanan ilişki biçimi “yönlendirici”, “değiş-tokuş”, ve “sözleşmeci” ilişkilerdir. Bunların yanı sıra “sömürücü” ilişkilere de

değnilmiştir. Yönlendirici ilişkilerde örgütün ikna yollarını kullanması kamuların beklemediği bir şey de değildir. Örneğin Gökhan'nın (39) ifadesine göre “(...) *normal tabi, pazarlayacak ürünlerini bu şekilde, kimseyi ikna edemezse, kimse satın almaz (...)*”. Buna ek olarak, Mensure (51) ve Aydın'da (28) örgütlerin ilişkiyi yönlendirmesinin rekabet koşullarında mümkün olduğuna inanmaktadır; “(...) *bunca marka, ürün varken, bu örgütü tercih ediyorsam nedeni beni ikna etmesidir. Beni kendine yönlendirecek ki ben onu seçeyim*”. “(...) *Tabi ki yönlendirmesi iyi değil ama yapmak zorunda ne yapacak oturup beni alsınlar diye bekleyemez*”. Bu ifade de yönlendirici ilişkiler gerçekten de olumlu bir anlamla görülmektedir. Zira örgütün ilişkiyi yönlendirmesi, kamular için ilişkiyi kontrol etme, denetleme değil, ilişkide tercih edilmeyi sağlamayı ifade etmektedir.

Ne var ki, bu görüşlerin aksine ilişkileri tek taraflı yönlendirmenin örgütlerin olumsuz ilişkilerini açıkladığına inananların görüşleri daha baskındır. Öyle ki örgüt kamuları istediği yönde ikna etmek için çoğu zaman kamuları “*zorlamaktadır*”. Kemal (39) bu durumu şöyle açıklıyor “(...) *bazı şeyleri kabul ettirmek için zorluyor, şimdi satın aldığımız bir hizmet var fakat yetersiz ya da fiyatı yüksek ikna etmek için sürekli bir çaba içinde (...)*”. Dolayısıyla örgütler için kamuların isteklerini anlamanın, ilişkileri uzlaşma zeminine taşımaktan ziyade ilişkilerin aksi yönde seyrine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Öyle ki örgütler, kamuları sadece ikna yollarını yeniden keşfetmek için dinlemektedir. Örgüt tarafından bakıldığında, kamuların aleyhine işler gibi görünen güçteki dengesizlik, aslında örgütü sorumluluklarını yerine getirmeye zorlamaktadır. Aslında bir yönetici sözleşmeci ilişkileri kamuların aksine, olumlu bir ilişki biçimi olarak açıklamıştı: “(...) *bu ilişkilerde verdiğimiz sözleri tutmakla yükümlüyük, ilişkide olduğumuz gruplar için aslında çok pozitif bir ilişki bu, çünkü biz söylediğimiz koşullardan cayamıyoruz, ama onları koruyan pek çok madde var, onlar isterlerse cayabiliyor*”. İlişki yönetimi paradigması karşılıklı yarar getirecek şekilde olumlu ilişkilerin inşa edilmesini halkla ilişkilerin merkez rolü olarak tanımlamaktadır, ancak bu karşılıklı yarar bazen bir taraf için az bir taraf için çok olabilir. Yine de bu halde denge vardır. Ancak kamular, bu yarar kendi taraflarında baskın olmadığında güçte dengelyi eşitsiz olarak algılamaktadır. Bu nedenle de kamular sözleşmeci ilişkilerdeki faydayı örgüt tarafında her daim daha baskın olarak değerlendirmiştir. Değiş-tokuş ilişkiler kamular tarafından sözleşmeci ilişkilere göre daha olumlu algılanmaktadır. Öyle ki, örgütün sunduğu hizmet/ürün ile kamunun karşılığında sunduğu tercih etme davranışı son derece adildi. Fakat yine de tıpkı sözleşmeci ve kamuların ifade ettiği tüm ilişki biçimlerinde olduğu gibi örgütün sıkça vurguladığı duygusal bağlar değiş-tokuş ilişkilerinde de zayıftı. Bunu Şehnaz (34) şöyle anlattı “*Artık her şey maddiyat. X*

*örgütünün ürününü almayı çok istemek yetmez, bedelini ödeyecek durumum yoksa alamam değil mi? Arkadaşların bahsettiği romantik mesajlar, duygusallık beni bir derece etkilemez (...). Sonuçta cebimin yettiği cebime girer. Ne fazla ne eksik. Bu X örgütü için de aynıdır". Diğer yanda Hande'nin (38) ifadesi örgütün yönlendirici ilişkilerde reklamları kullandığına ilişkin ifadeleri dikkat çekicidir; "İkna etmek için sürekli reklam yapıyorlar, reklamlarda söyledikleri hiçbir şey de gerçekte yok, hepsi yalan dolan". Yine, Mustafa (41) da benzer şekilde reklamları yönlendirici ilişkilerin bir aracı olarak açıkladı; "(...) yönlendirici ilişkiler kuruyorlar, bunun kanıtı da reklamlar, reklamlarda kendilerini öyle bir anlatıyorlar ki sanırsın dünyanın en iyisi onlar (...)" . Reklamlar yönlendirici ilişkilerin bir aracı olarak algılandığı için, örgütün beklediği etkiden uzak olabilir.*

Sözleşmeci ilişkiler ile ilgili müşteriler, örgütlerle kurdukları ilişkilerin "*kontrat imzalar gibi*" zorunluluklara tabi olduğundan bahsetmiştir. Ayrıca sözleşmeci ilişkilerin içinde Hasan'a (34) göre, zorlamada vardır: "*Sözleşmeci çünkü her şey sözleşmeye dayanıyor ve seni o sözleşmeyle bazı olumsuz şeylere zorluyorlar, mecbur kaldığımız zamanlar oluyor yani (...)*". Sözleşmenin sınırları ilişkinin sınırlarını da belirlemekle kalmaz, bu sınırlar içindeki oyuncuların hareketlerini belirlemektedir. Fakat burada kamularca bir sorun algılanmaktadır; sözleşmeci ilişkilerin yapısını gerçekte kim belirlemektedir? Kamular mı örgüt mü? Kamular için bu sorunun yanıtının örgüt olması elbette beklenmedik değildir. Durgun'un (43) ifadesinde örgütün sözleşmeci ilişkilerdeki belirleyiciliğini "*(...) karşılıklı olarak karar vermiyoruz, karşılıklı olarak imzalıyoruz, ya da her ne diyorsanız (...), ben desemki X örgütü buraya ürünleriyle ilgili şu maddeyi ekle, eklemes (...)*" sözleriyle açıklamaktadır. Reyhan'da (48) benzer olarak sözleşmeci ilişkilerde örgütün işlevini anlatmaktadır; "*X örgütü için sözleşme ilişkileri denince aslında karşılıklı bir şey gibi anlaşılıyor, ama değil, şimdi X örgütü X hizmeti verirken bana mı soruyor nasıl yapalım diye, yapıyor bir şekilde biz de alıyoruz. Bizimle bir işbirliği yapıp bunları belirlemiyor kısaca (...)*". Görülüyor ki, sözleşmeci ilişkilerde kamular, kendilerini örgütün politikalarında değişim yaratacak kadar güçlü görmemekle birlikte ilişkilerin karakterine etki edecek unsurları belirlemeye de isteklidir. Ayten (44) için örgütler tam da burada ilişki biçiminde son derece sömürücü davranmaktadır "*(...) ben X örgütü ile ilişkilerimde sömürülen tarafım. Hem ücretini ödüyorum ama vaadedilen hizmete ulaşmak için bu yetmiyor, bir bakmışım ki koşturmaca içindeyim (...). Ama ücreti ödedim elde var hiç. Geri iade çıkarmışlar şimdi bir tutturmuşlar, daha beter iade var ama nasıl olacağından kimsenin haberi yok biz sizi arayalım, o şart olmaz bu olursa iade alır, önce bir değerlendirelim,*

*oyalama taktikleri bu X örgütünün (...). Yasa bana hak vermiş ama yine de sömürüyorlar beni bir yolunu buluyorlar bir şekilde açık yakalıyorlar (...).*

### **6.5. Kamuların Değerlendirmelerine Göre İlişkilerin Sonuçları**

Kamular örgütün ilişki yetiştirme stratejileri ve ilişki biçimlerinden sağladığını varsaydığı güven, bağlılık, tatmin, karşılıklı denetim sonuçlarını değerlendirmiştir. Öyle ki örgütün uzlaşmacı ilişkilerin sonucunda kazanmak istediği özellikle güven örgütün beklentisinin aksine ulaşılmış bir sonuç değildir. Kamular için örgütlerin kendileriyle kurduğu ilişkide karşılıklı denetim olması gerekeni, tatmin ve sınırlı da olsa bağlılık da varolan sonuçları açıklamaktadır. Güven çıktısı örgütlerin en çok değer verdiği ilişki çıktılarında biri olmasına rağmen kamular için ilişkilerde bulunabilecek en son şeydir. İlk olarak ilişkide güven sonucunun yapısına ilişkin İlter'in (26) bir değerlendirmesinin vardığı çarpıcı bir sonucu açıklamak gerekmektedir; *“ilişkideki sonuçlarda bence güven var, ben az çok güveniyorum ama her an her gün hatta saat değişir, bana haksızlık yaparlarsa, hakkımı yerlerse ya da başkalarına yaptıklarını bana yapmazlarsa güven falan kalmaz (...). böyle bir olay da olmuştu Y örgütüyle, ben zaten o olaydan sonra X'i kullanmaya başladım. Bir arkadaşım için ciddi bir indirim yapmışlar, ben de aynı şartlarda kullanıyorum ama benim iki katı ücret ödemem gerekiyor, hemen aradım neden böyle ben size güvendim imzaladım dedim, böyle kafanıza göre değişik koşullar uygulayamazsınız falan. İkna edemediler beni hemen aynı gün –ki 10 yıldır tüketicisiyim ben Y'nin- şimdi X ile çalışmaya başladım. Hiç uğraşmaya değmez”*. Öyle ki güven sonucu diğer sonuçlara göre daha kırılığandır.

Örgütlerin ilişki yetiştirme stratejilerine bağlı ilişki biçimlerinden beklediği bir başka sonuç tatmindir. İlişkilerde tatmin kamuların ilişkideki memnuniyet ya da memnuniyetsizlikleriyle kısaca nasıl hissettiklerine bağlı oluşmaktadır. Cihan'ın (41) ifadesinden örgütlerin tatmin yaratacak ilişkileri yetiştirmeye yakın olduğu anlaşılmaktadır; *“(...) tatmin olmuş hissediyorum ama çok da değil, fiyatları yüksek bence piyasaya göre, hala tercih etmemin sebebi de şu an muadili yok gibi”*. Şehnaz (34) için ilişkide tatmin için örgütün ilişkide daha çok çaba harcaması gerekmektedir. Tatmin, örgüt fiyat esnekliği ve ürün çeşitliliği sağlandığında gerçekleşebilecektir. Ceyda'nın (32) ve Kemal'in (39) ifadeleri de örgütün sunduğu farklı hizmetler çeşitlendikçe kamular için bir tatmin sonucu olabileceğini anlatmaktadır; *“(...) ihtiyaçlarımı karşılamak için daha çeşitli hizmetler üretse daha çok tatmin olabilirim. Daha fazla çeşitlilik olsa daha çok seçme şansım olur” (Ceyda-32)*. *“(...) En başta ürünü ne kadar çoksa o kadar iyi demektir. Yani bana hitap edecek şekilde ürünler geliştirmeli (...) Verdiğim karşılık da tercih etmek olur, sürekli aynı ürünleri almak olur” (Kemal-39)*.

Hasan (34) ve Mehmet Ziya'nın (39) görüşlerinde de tatmin sonucu markanın büyüklüğüne bağlıdır; “(...) sektöründe en büyük marka bu. Biz de tatmin olmadık dersek kim olacak, en iyisi bu (...)” (Hasan-34), “Benim için en çok şey yapan beni en çok tatmin etmiş sayılır. Bu örgüt benim için çok şey yapmıyor, fikirlerimi uygulamıyor, fakat pek çok kişinin tercih ettiği marka bu. Büyük güce sahip, yani tatmin olmak için bir şeyler var kendinde”. (Mehmet Ziya-39). Bu açıklama “büyük marka”ların ilişkileri daha olumsuz algılansa da tatmin sağlayabileceğini düşündürmüştür. Gerçekten de örgütlerle kamuların tüm olumsuz ilişkilerine rağmen kamuların örgütlerle ilişkilerine hala devam ediyor olması ancak bu şekilde açıklanabilir.

Kamuların örgüt ile ilişkilerinde örgütün ulaştığı bir diğer sonuç bağlılıktır. Bu sonuç beklenmediktir, zira kamuların örgütle ilgili olumsuz değerlendirmeleri olsa da sonuçlara bağlılık olarak yansımıştır. Yüksek tatminin bağlılık ile ilişkisi kanıtlanmış olmasına rağmen (Donio, 2006; Lee ve Feick, 2001) kamuların, bağlılık yaratacak kadar yüksek tatmine sahip olmadıkları açıktır. O halde yanıtlanması gereken soru, örgütün sözleşmeci, yönlendirici ve değiş-tokuş ilişkileri gibi olumsuz ilişkilerin nasıl bağlılık yarattığı sorusudur. Tuğba (28) için ürünlerin çeşitliliği bağlılığı oluşturan önemli bir faktördür; “çok çeşit var, bir gün ihtiyacım olmazsa birine diğeri de hazır, hemen sunuluyor, aramaya gerek yok.” Bir diğer ifade de Reyhan'da (48) “ürünleri kalitesiz olsa, fiyatı düşük olsa da bağlı kalmam örgüte, başkasını seçerim” ürünlere vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla kamular için örgütün ilişkilerinde bağlılık, ürünlerin çeşitliliği ile oluşabilir. Kamuların değiş-tokuş ilişkisindeki beklentileri de bu duruma uygun görünmektedir. Piyasada hizmetin muadilinin olup olmaması da kamuların bağlılıklarının değişip değişmeyeceğini belirlemektedir. Şöyle ki Ceyda (32) için ürünün/hizmetin muadilinin bulunması örgütten vazgeçilebileceğini göstermektedir: “(...) Önce bakarım tabi aynı hizmetse değiştiririm, bazı uygulamalarından çok sıkıldım, değiştirebilirim öyle takıntılı derecede bağlı falan değilim, bence bazıları takıntı yaşıyor markayı, kötü bile üretse hizmeti yine de değiştirmiyor”. Ceyda'nın (32) işaret ettiği “takıntılı derecede örgüte bağlılar” örgüt ile uzun süre ilişki kuranlardan oluşmaktadır. Ancak burada bağlılığın nasıl olduğu sorusunu sormak önemlidir. Zira yukarıdaki ifadeler, kamuların örgüte duygusal bağlılıktan çok işlevsel bağlar ile bağlı olduğunun açık kanıtı sayılabilir. Dolayısıyla Shoemaker ve Lewis'in (1999) “sahte bağlılıklar” olarak açıkladığı bir bağlılık türü, olumsuz ilişkilere rağmen olumlu sonuçların oluşmuş olmasını anlamaya imkan sunmaktadır. Sahte ya da başka bir ifadeyle yüzeysel bağlılıklarda kamular örgütü tercih ederler ancak duygusal bağlara sahip olmadıklarından bağlılıkları her an değişebilir. Zira bağlılıklarını alışkanlıkları ile değil durumsal faktörler yönlendirmektedir.

Kamuların karşılıklı denetime yönelik değerlendirmelerinde kamular, örgütlerin kendilerini dinlediğini fikirlerinin örgütün uygulamalarına yansımadığını ifade etmektedir. Durgun (43) için örgütler sözleri yerine getirmek zorundadır, ancak yapmazlar; *“ilişkilerimiz başladığında beri beni her zaman dinliyorlar, şimdi arayayım hemen cevap alırım alırım da bu değil önemli olan önemli olan verilen cevabın sözün yerine getirilip getirilmediği, getirmek zorundalar ama yapmıyorlar”*. Salih’in (40) değerlendirmesinde de durum benzerdir *“Çağrı merkezleri, müşteri memnuniyeti, bize yazın gibi daha bir sürü şeyle neredeyse her gün beni arıyorlar, ben de hiç üşenmem anlatır dururum, sonra baktığımda değişen bir şey olmadığını görürüm”*. Kamular esasen tam da asimetrinin çift yönlülüğünü açıklamışlardır. Asimetrik ilişkilerde de karşı taraf her zaman dinlenmekte, ancak bunlar örgütün kendi davranışını değiştirmek için değil, kamuları ikna edecek yolları açmak için kullanılmaktadır. Diğer yandan Ayten’in (44) fikirleri dikkat çekicidir; *“Ben de kısmen dikkate aldığına inanıyorum (...). Tamamen dinlese daha az kar elde etmeyi kabul eder daha toplumcu olur. Tamam sponsorluklar, sosyal sorumluluklar görüyoruz ama bunları bana sormadı. Daha çok reklam nerden yapabilecekse oradan seçiyorlar bu etkinlikleri (...)”*. Gerçekten de karşılıklı denetim sonucu için kamuların fikirlerini uygulamalara yansıtmak, denge için bir yol yaratabilir. Ayhan (42) karşılıklı denetimde örgütün kamu yararını dikkate almasına değinirken dikkat çekici bir vurgu yapmıştır: *“(...) öyle ya da böyle hakkınızı ararsanız, ve haklıysanız önünüzde kimse duramaz, örgütler kamu yararını düşünmüyor olabilir, herkes kendi yararını düşünse, zaten bu kamu yararı olur nihayetinde (...)”*. Bu açıklamaya göre kamuların her biri kendi sorunun peşine düşse, örgüt de kamu yararını gerçekleştirebilecektir.

## **7. SONUÇ VE ÖNERİLER**

İlişkiler açıkça örgütün merkezindedir ve kamular için de değerlidir, ancak yine de örgütler ve kamular arasında örgütlerin yatırım yaptıkları kadar güçlü ilişkiler bulunmamaktadır. İlişkilerin yetiştirilmesindeki stratejiler sonucunda örgütün umduğu ilişki sonuçları da kamuların değerlendirmelerinde farklıdır. Halkla ilişkilerin örgüt adına ilişkileri geliştirmeye yönelik çabası ortadadır, ancak bu çabanın ilişkilerin geliştirilmesine ve olumlu bir biçimde sürdürülmesine katkısı tartışmaya açıktır. Zira kamular, örgütün görüntüde ne söylediğinden çok gerçekte ne yaptığı, ne vaat ettiği, kısacası söyledikleri ile yaptıklarının örtüşüp örtüşmediği ile ilgilenmektedir. Bu, artık kamularla iletişim uygulamaları yoluyla etkileşim yaratan bir halkla ilişkiler anlayışının yerini örgüt ile kamuların özüne, ilişkilerine dokunabilecek, örgütün gerçekleri ile kamuların beklentilerini örtüştürürken ilişkilerin yapısına odaklanacak bir anlayışa bırakması gerektiğini görünür kılmaktadır. Ancak şimdi halihazırda



duran gerçek halkla ilişkilerin bir ilişki yönetimi olarak var olması gerektiği ancak halkla ilişkiler ve ilişki yönetiminin henüz sadece yan yana durduğudur. Kamularla ilişkisel bağların nasıl yönetildiğine yönelik sonuçları aşağıdaki diyalog açıklamaktadır:

*Doktor: Neden kollarınızı sürekli iki yana savuruyorsunuz?*

*Hasta: Vahşi filleri kovalamak için*

*Doktor: Ama buralarda vahşi filler yok ki*

*Hasta: Haklısınız, yöntemim çok etkili değil mi? (Madevar, 1994:114).*

Lakin yine de iletişim uygulamaları, buzdağının görünen kısmında, en parlak renklerle hala hüküm sürmektedir, buzdağının altında ise çok farklı ve karmaşık ilişkiler yatmaktadır. Neticede halkla ilişkiler buzdağının altını görmedikçe, kamular ve örgüt arasındaki kopukluk neredeyse kamuların ve örgütlerin ayrı dünyalarda yaşadığını söyleyecek kadar ileri gitmemize neden olabilir. Halkla ilişkilerin özünde ilişkiler varsa, bu ilişkilerin korunması ve sürdürülmesinde ilişkin yolların peşine düşmek gerekmektedir. Fakat örgütler için bu yollar henüz belirsizdir. Örgütün gerçekliği kamuların beklentileri ile örtüşmemektedir. Kamular için ilişkilerde güveni, adaleti, inandırıcılığı, bunların hepsini ve daha ötesini ifade eden etik uygulamalarda halkla ilişkiler kendi özünü kaybetmiş duruş sergilemektedir. Zira halkla ilişkiler tam da kötü şöhretine layık olacak biçimde örgütün bir sesi, hatta en yüksek sesli savunucusu olarak görünmektedir. Buna rağmen, uzlaşmaya verdikleri değer de kayda değer şekilde görünmektedir.

Örgütlerin kurduğu ilişkiler, kamuların algılamalarında farklıdır. Örgütün iletişim uygulamalarına beklediği katkı, ilişkileri merkeze almasına rağmen, ilişkileri yetiştirecek stratejiler gerçekte var olmadığından sınırlı kalmaktadır. Halkla ilişkilerin kamularla uzlaşma ve örgütü savunma arasındaki çelişkileri derin görünmektedir. Halkla ilişkiler bugün, ilişkilerin yönetimindeki müzakere ve iknayı, örgütler için oyun alanındaki engelleri kaldırmak için kullanmaktadır. Halkla ilişkiler bir ilişki yönetimi olarak tanımlanmalıdır, kavramın yan yana gelmiş olması bugün yetersiz gibi görünse de, ilişkilere ve uzlaşmaya verilen değer, ilişkilerin karşılıklı fayda özülüyle, ilişki yönetimi stratejilerine yansiyebileceğine yönelik bir ışık gibidir. Araştırmada örgütün ilişkilerinin “nasıl” olduğuna yönelik soru, ilişki biçimlerine yönelik gerçekleştirilen analizlerle yanıtlanmaya çalışılmıştır.

Örgüt kamu ilişkileri çözümlendiğinde, sömürücü, sözleşmeci, simbiyotik, değişim, uzlaşmacı, karşılıklı toplumsal, tek yönlü toplumsal ilişkiler ile ilgili analizlerin sonucunda üç ilişki biçimi ortaya çıkmıştır; uzlaşmacı, sıklığı daha az olmakla birlikte yönlendirici ilişkiler.

Ancak kamuların algılamaları incelenecek olursa bu ilişkiler yerine yönlendirici, sözleşmeci ve sömürücü ilişkilerin varlığından söz edilebilir. Diğer yandan yetiştirme stratejilerine rağmen örgütün güven olarak beklediği ilişki sonucu kamulara tatmin ve bağlılık olarak yansımıştır. En yalın haliyle ifade edilecek olursa, ilişkilerde örgütün hayal ettikleri ve kamuların farklı gerçekleri yanyana durmaktadır.

Ortamın değişken yapısı, ilişkideki bağların sürekli yeniden kurulmasına neden olduğundan ilişkilerin de yeniden tanımlanması bir gereklilik olmaktadır. Bu nedenle ortamın yapısı ile değişen ilişkileri analiz etmek, yeni araştırmalar için bir başlangıç noktası olarak açıklanabilir. Diğer yandan sektörel farklılıkların ilişki ağlarında hem kamuların önceliklendirilmesine hem de ilişkilerin yapısına etkisi olup olmadığı merak konusudur. Özellikle ulus aşırı örgütlerin ilişki yapılarına ilişkin çözümler ilişkilerde kültürel anlamları açığa çıkaracak zengin veriler sağlayabilir.

## KAYNAKÇA

- Baxter, L. A. & Montgomery, B. M. (1996). *Relating: Dialogues and dialectics*. New York: Guilford.
- Broom, M.G. (1977). Coorientational measurement of public issues, *Public Relations Review*, 3(4), 110-119.
- Broom, G. M., Casey, S. & Ritchey, J. (2000). Concept and theory of organizationpublic relationships. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (pp. 3-22), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cameron, G. T. (1997). *The contingency theory of conflict management in public relations*. In Proceedings of the Norwegian Information Service, Oslo, Norway.
- Canary, D. J. & Zelle, E. D. (2000). Current Research Programs on Relational Maintenance Behaviors, In M.E. Roloff ve G.D.Paulson (Eds), *Communication Yearbook 23*, pp.305-340. Tousand Oaks, CA: Sage
- Canary, D.J. & Stafford, L. (1993). Preservation of Relational Characteristics: Maintenance Strategies, Equity, And Locus of Control, in Kalbfleisch, P.J. (Ed.), *Interpersonal Communication: Evolving Interpersonal Relationships*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ.
- Canary, D.J. & Stafford, L. (1994). Maintaining Relationships Through Strategic And Routine Interaction, in Canary, D.J. & Stafford, L. (Eds), *Communication and Relational Maintenance*, Academic Press, San Diego, CA.
- Coyne, I.T. (1997). Sampling in qualitative research. Purposeful and theoretical sampling: Merging or clear boundaries? *Journal of Advanced Nursing*, (26), 623-630.
- Donio, J, (2006). Customer satisfaction and loyalty in a digital environment: An empirical test. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 445-557.
- Ferguson, M. A. (1984). *Building theory in public relations: Inter-organizational relationships*. Paper presented to the Public Relations Division, at the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, FL, August.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Gabarro, J. J. (1978), The development of trust, influence, and expectations. In A.G. Athos & J.J. Gabarro (eds.), *Interpersonal Behavior: Communication and Understanding in Relationships*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, , pp.290–303.
- Hon, L.C. & Grunig, J.E. (1999). *Measuring Relationships in public relations*. Gainesville, FL: Institute for Public Relations.
- Huang, Y. H. (1997). *Public relations strategies, relational outcomes, and conflict management strategies*. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park.
- Huang, Y. H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization–public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13, 61–90.
- Hung, (2005) Exploring types of organizational-public relationships and their implications for relationship management in public relations, *Journal of Public Relations Research*, 17(4), 393-426.
- Hung, C. J. F. (2002). *The interplays of relationship types, relationship cultivation, and relationship outcomes: How multinational and Taiwanese companies practice public relations and organization-public relationship management in China*. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park.
- Ki, J.E & Hon C.L. (2006). Relationship maintenance strategies on Fortune 500 company web sites, *Journal of Communication Management*, 10(1), pp. 27-43.
- Ki, J.E. & Hon C.L. (2008). A measure of relationship cultivation strategies. *Journal of Public Relations Research*, 21 (1), 1-24.
- Lee, J. & Feick, L. (2001). The impact of switching costs on the customer satisfactionloyalty link: mobile phone service in France. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 35-48.
- Liu, Z. Q. (2012). *Effects of message interactivity upon relational maintenance strategy in digital communications between organizations and the public*. Doctor of Philosophy Dissertation Presented to The College of

Graduate and Professional Studies PhD in Technology Management Program Indiana State University, Terre Haute, Indiana.

McCracken, G. (1988). *The Long Interview*, Sage, Newbury Park, CA

O'Hair, D., Friedrich, G.W., Wiemann, J.M. & Wiemann, M.O (1995). *Component Communication*, New York: St.Martin's Press.

Pfeffer, J. & Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper and Row, New York.

Shoemaker, S. & Lewis, C.R. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 18(4), 345-370.

Stafford, L. & Canary, D. J. (1991). Maintenance strategies and romantic relationship type, gender, and relational characteristics. *Journal of Social and Personal Relationships*, 8, 217-242.

Sungun, Y. (2005). *The effects of organization-public relationships on organizational reputation from the perspective of publics*. Unpublished Doctoral Dissertation. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland: Maryland.

**Citation:** Çetinkaya N. Ç. & Durukan T. (2019), Ürün Konumlandırmanın Ankara ve Çankırı'da Yaşayan X Kuşağının Satınalma Niyetine Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma, BMIJ, (2019), 7(1): 224-256 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1062>

## ÜRÜN KONUMLANDIRMANIN ANKARA VE ÇANKIRI'DA YAŞAYAN X KUŞAĞININ SATINALMA NİYETİNE ETKİSİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA<sup>1</sup>

Nur ÇAĞLAR ÇETİNKAYA<sup>2</sup>

Tülin DURUKAN<sup>3</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 21/01/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 15/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

Çalışmanın amacı ürün konumlandırma stratejilerinin X kuşağının satınalma niyetleri üzerindeki etkilerinin araştırılmasıdır. Bu doğrultuda yapısal eşitlik modeli uygulaması ile ürün konumlandırma stratejileri Teknoloji Kabul Modeli esas alınarak analiz edilmiştir. Araştırmada Türkiye pazarında kolaylıkla temin edilebilen on bir adet akıllı telefon markası incelenmiş, Çankırı ve Ankara illerinde X kuşağı esas alınarak karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. 964 adet anlamlı veriye ulaşılan çalışmada dört ürün konumlandırma stratejisi ürüne uyarlanabilmiş ve kuşağın özellikleri ile örtüşen sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmada X kuşağının her iki yerleşim yerinde de fiyata göre konumlandırma stratejisi ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinden etkilendiği fakat diğer stratejilerden etkilenmediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Konumlandırma, Kuşak, Satınalma Niyeti

**JEL Kodları:** M31, M30, M39

## A COMPARATIVE STUDY ON THE EFFECT OF PRODUCT POSITIONING ON THE PURCHASE INTENTION OF X GENERATION LIVING IN ANKARA AND ÇANKIRI

### ABSTRACT

The aim of the study is to investigate the effects of product positioning strategies on the intention of X generation. In this respect, the implementation of structural equality model and product positioning strategies were analyzed based on technology acceptance model. In the research eleven smart phone brands, which are easily available in the Turkish market, were examined and comparative analyses were made based on X generation in Çankırı and Ankara provinces. In the study, which has reached 964 pieces of data, four product positioning strategies were adapted to the product and results that match the characteristics of the generation were achieved. In the study, the results of the X generation were found to be influenced by price-based positioning strategy and design-based positioning strategy in both residential locations was not affected by the other positioning strategies.

**Keywords:** Positioning, Generation, Purchase Intention

**JEL Codes:** M31, M30, M39

<sup>1</sup> Bu çalışma "Ürün Konumlandırmanın Ankara Ve Çankırı'da Yerleşik X, Y, Z Kuşaklarındaki Satınalma Niyetlerine Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi, Çankırı Karatekin Üniversitesi MYO, [nurcaglar@karatekin.edu.tr](mailto:nurcaglar@karatekin.edu.tr)

<sup>3</sup> Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi İİBF, [t-durukan@hotmail.com](mailto:t-durukan@hotmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-6047-2718>

<http://orcid.org/0000-0001-5228-3274>

## 1. GİRİŞ

Tüm tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermekte yetersiz kalan işletmeler için aynı özelliklere sahip tüketicilerin bir araya gelerek oluşturdukları bölümlere hitap etmek daha rasyonel bir davranıştır. Modern pazarlamanın temel unsurlarından biri olan pazar bölümlendirme; pazarı demografik, coğrafi, psikolojik ve davranışsal faktörler gibi birkaç faktöre ayırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Larsen, 2010, s. 6). Pazarın bölümlere ayrılmasının ardından işletmenin pazarlama karmasını uygulayacağı pazar bölümüne hedef pazar denilmektedir (Cop, Candaş ve Akşit, 2012, s. 38). Pazar bölümlendirme sürecinde ikinci aşama olan pazar hedeflemesi; benzer gereksinmelere ve satınalma özelliklerine sahip tüketicilerin bir araya gelmesi ile oluşmaktadır (Dibb ve Simkin, 1991, s. 4). Bölümlendirmenin ardından hedef pazar seçimi yapan işletmeler seçtikleri bölüm ya da bölümlerde hangi konumda ve pozisyonda olmak istediklerini belirlemelidir. Konumlandırma ürünü ya da markayı tüketicilerin zihninde en uygun yere yerleştirmede tüketicilerin algılarını, tutumlarını ve tüketim alışkanlıklarını değerlendiren ve müşterilerin işletmelerin mevcut ve potansiyel ürünlerini pazarda nereye yerleştirdiklerini ifade eden bir kavramdır (Öztürk, 2011, s. 71). İşletmeler ve markalar için oldukça önemli kararları içeren konumlandırma kararları, işletmeler tarafından, kuşak adı verilen, doğdukları ve yaşadıkları dönemin özelliklerini taşıyan insan topluluklarını satınalmaya yönlendirecek şekilde çeşitli stratejiler izleyerek verilmektedir.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler bilgisayar ve diğer akıllı cihazların insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmesine neden olmuştur. Teknolojinin bu kadar hızlı ilerleyişi şüphesiz ki bazı kuşaklar tarafından kolay kabul edilmemekte hatta kullanamamakla sonuçlanmaktadır. Kişiler kullanmayı bilmedikleri veya kullanamayacaklarını düşündükleri yeniliklere karşı önyargı içinde bulunmakta hatta teknolojik gelişmelere karşı direnmektedir (Çelik ve Bindak, 2005, s. 299). Çalışma; teknolojiyi kullanmakta zorluk yaşayan ve kendisinden sonraki kuşaklar kadar yoğun kullanamayan X kuşağına yönelik akıllı telefon sektöründe uygulanabilecek konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetlerine olan etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla kişilerin teknolojiyi neden kabul ettikleri ya da niçin kabul etmediklerini belirleyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamak üzere geliştirilen niyet modellerinden, sınanabilirliği oldukça yüksek olan ve sağlam bir teorik alt yapıya dayanan Fred D. Davis tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli (TKM) kullanılmıştır. Çalışmada ayrıca X kuşağında yer alan kişilerin yerleşim yerleri nüfus yoğunlukları bakımından dikkate alınarak büyükşehir

olan Ankara ile daha az nüfusa sahip olan Çankırı şehirlerine yönelik karşılaştırmalı analizler yapılmıştır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde tüketicilere ait karar verme yapılarının birçok ülkede araştırıldığı ve karşılaştırmalı analizlerinin yapıldığı görülmektedir. Ayrıca tüketicilere ait demografik özellikleri inceleyen birçok çalışma da literatürde mevcuttur. Kuşaklar açısından satınalma niyetlerinin araştırıldığı çalışmaların sayısı ise oldukça sınırlıdır. Konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetlerine olan etkisinin kuşaklar esas alınarak analiz edildiği çalışmaların yetersiz olması, ilgili çalışmanın yapılmasına neden olmaktadır. Çalışmanın literatüre sağlayacağı en önemli katkı X kuşağının satınalma niyeti üzerinde etkili olan konumlandırma stratejilerini belirlemesi ve bu etkinin yerleşim yeri ile olan ilişkisini ortaya koymasıdır. Çalışmanın pratik hayata etkisi ise akıllı telefon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin uygulayacakları konumlandırma stratejilerinden hangilerinin X kuşağı tüketicilerinin satınalma niyetlerini etkilediğini ortaya koymasıdır. Bu sayede işletmeler hedef kitle olarak X kuşağını belirlediklerinde hangi konumlandırma stratejisinin ne derece etkili olduğunu bilerek konumlandırma faaliyetlerinde bulunacaklardır.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

### **2.1. Konumlandırma**

Giderek artan rekabet koşulları işletmelerin ürünlerinin rakiplerine göre ayırt edilebilir olma çabalarının giderek artmasına neden olmaktadır. Bu nedenle işletmeler ürünlerinin tüketiciler tarafından rakiplerinden nasıl ayrılacağını belirlemek istemektedirler. Bir algılama yönetimi olan bu yöntem konumlandırma denilmektedir. 1970’li yılların başından itibaren konumlandırma kavramı; pazarlama ve özellikle reklam alanında popüler bir tanım haline gelmiştir (Maggard, 1976, s. 66).

Tüketiciler tarafından bir ürünün önemli özellikleri ile tanımlanması olarak da ifade edilen konumlandırma bir ürünün tüketici zihninde rakiplerine kıyasla edindiği yer anlamına gelmektedir (Kotler, 2003, s. 309). Bir başka tanıma göre ise konumlandırma; potansiyel müşterileri etkilemek amacıyla pazarlama karması ile desteklenen bir etkileşim hareketidir (Lamb, Hair ve McDaniel, 2005, s. 203). Belirli bir ürün için tüketicilerin ilgisini çekmeye yönelik gerçekleştirilen konumlandırma faaliyetinde amaç o ürünü tüketicilerin zihninde daha iyi bir konuma çekmektir (Tek, 1984, s. 332). Konumlandırma ürünün pazarda sağladığı başarının bir kanıtı niteliğindedir (Kocabaş ve Elden, 1997, s. 43). İşletmeler için oldukça önemli olan konumlandırma kararları, ürünün potansiyel ve mevcut müşteriler tarafından

nasıl algılanacağı konusunda uzun dönemli işletme başarısına etki sağlamaktadır (Hawkins, Mothersbaugh ve Best, 2007, s. 347).

**Tablo 1.** Literatürde Yer Alan Konumlandırma Stratejileri

R. K. Buskirk (1975)	Fiyat, Tanıtım, Dağıtım, Özellikler
H. E. Brown, J. T. Sims (1976)	Kullanıcılar, Rakipler, Problemlerin Çözümü, Kullanım Durumu
L. L. Berry (1982)	Değer, Zaman Etkinliği, Yüksek Temas, Duyulara Yönelme
Y. Windy (1982)	Özellikler, Fayda, Problemlerin Çözümü, Kullanım Amacı, Müşteri, Diğer Ülkelere Karşı Konum, Ürün Sınıfı
D. A. Aaker, J. G. Shansby (1982)	Özellikler, Fiyat, Kalite, Tüketici, Ürün Sınıfı, Rakipler
A. Ries, J. Trout (1986)	Liderlik, Takipçi Olma, Yeniden Konumlandırma, Özellikler
C.J. Easingwood, V. Mahajan (1989)	İşletme Kabiliyeti, Ambalaj Tasarımı, Teknoloji Kaynaklı Ürün, Ulaşılabilirlik, Müşteri Memnuniyeti
G. Hooley, A. Broderick, K. Moller (1998)	Düşük/Yüksek Fiyat, Düşük/Yüksek Kalite, Yenilikçilik, Ürün Farklılaştırma, Kişiyeye Özgü Uygulamalar
S. Kalafatis, M. Tsogas, C. Blankson (2000)	Fiyat, Ürün Performansı, Güvenilirlik, Liderlik, Farklılaştırma, Çekicilik, Kişisel Temas
S. Kalafatis, C. Blankson (2004)	Fiyat, Hizmet, Güvenilirlik, Çekicilik, Menşei, Özellik, Sosyal Sınıf

Konumlandırma stratejilerine ait literatür incelendiğinde zaman içerisinde farklı stratejiler üzerinde durulduğu ve bu stratejilerin Tablo 1’de yer aldığı gibi sıralandığı görülmektedir.

Literatürde yaygın olarak kullanılan, Aaker ve Shansby tarafından geliştirilen konumlandırma stratejileri; ürün özelliğine göre, fiyata göre, ürün kalitesine göre, ürün kullanımına göre, kullanıcı grubuna göre, ürün sınıfına göre ve rakiplere göre konumlandırma stratejileri olarak sınıflandırılmaktadır. Bu konumlandırma stratejilerinden *ürün özelliğine göre konumlandırma stratejisi*; ürüne ait özelliklerin vurgulanmasıyla gerçekleştirilen bir konumlandırma stratejisidir. Literatürde birleşik şekliyle de ifade edilen *fiyat-kaliteye göre konumlandırma stratejisi* ise ürün veya hizmetin pazarlama uzmanları tarafından tüketicilere ürünün fiyatı ile çağrıştırıldığı konumlandırma stratejisidir. Fiyata göre konumlandırma stratejisinin uygulanabilir olabilmesi için pazar bölümlendirmenin fiyata duyarlı olarak yapılmış olması gerekmektedir. Bir ürünün kullanım zamanı ve şekli ile ilgili pazar bilgisinin tüketicilerin zihninde bir konum yaratabileceğini (Fill, 1999, s. 517) ifade eden bir diğer konumlandırma stratejisi olan *ürün kullanımına göre konumlandırma stratejisi*, bir ürünün nasıl, nerede ve ne zaman kullanılacağına yönelik bir algının tüketicilerin zihninde oluşmasını sağlamaktadır. *Kullanıcı grubuna göre konumlandırma stratejisinde* ise vurgulanmak istenilen kullanıcı grubuna ait özelliklerdir. Bir diğer konumlandırma stratejisi olan *ürün sınıfına göre konumlandırma stratejisinde* ise konumlandırılacak ürün belirli bir ürün sınıfı ile ilişkilendirilerek konumlandırılmaktadır. *Rakiplere göre konumlandırma stratejisi*



konumlandırma stratejileri içerisinde ayrı bir öneme sahiptir. Bu stratejide amaç markayı diğer markalarla rekabet edecek şekilde konumlandırmaktır.

Kaul ve Rao (1995), ürün konumlandırmayı bir firmanın satış için sunması gereken ürünleri, bu ürünlerin sahip olması gereken fiziksel özellikleri ve algısal nitelikleri inceleyen ürün politikası kararının bir parçası olarak açıklamaktadır.

Aydınoğlu (2010) cep telefonu alanında yaptığı marka konumlandırmada tüketici algılama haritalarını inceleyen çalışmasında; markaların aynı ürün kategorisinde yer alan diğer markalar arasından seçilebilmesi için farklı algılanması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca marka bilinirliğine sahip markaların tüketicinin mesajları algılaması yönünden satınalma karar aşamasında etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Baran (2012); üniversite öğrencilerinin cep telefonu tercihlerinde marka konumlandırmanın etkisinin incelenmesini amaçlayan çalışmasında, üniversite öğrencisi cep telefonu kullanıcılarının tercihlerinde cep telefonu kullanım kolaylığından, teknolojik özelliklerden, fiyattan, satış sonrası hizmetlerden, tasarımdan ve çok kullanılan bir cep telefonu olmasından etkilendikleri sonucuna ulaşmıştır.

Amin, Uthamaputhran, Ali (2015); çevreci ürünlere ait konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetlerine olan etkisini incelemiştir. Yapısal eşitlik modeli ile analiz edilen çalışmada çevreci ürünlerden elde edilen duygusal fayda ve işlevsel özelliklerin ürün özellikleri ile önemli bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ries ve Trout (2015), konumlandırmada esas unsurun yeni ve farklı bir mal ve hizmet üretmek değil, tüketicilerin zihninde zaten var olan bir şeyi manipüle etmek ve tüketiciler ile kurulan bağlantıları yeniden yapılandırmaktır şeklinde açıklamaktadır.

## **2.2. Tüketici Kavramı ve Satınalma Niyeti**

Tüketici; kişisel veya hane halkı ihtiyaçlarını pazarlama kurumları tarafından satışı sunulan mal ve hizmetlerden karşılamak üzere satın alan ya da satınalma girişiminde bulunan birey olarak ifade edilmektedir (Walters, 1978, s. 4). Tüketici davranışları insan davranışlarının alt boyutunda yer alan bir davranış biçimi olarak ifade edilmektedir. Zaman içerisinde pazarlama anlayışında meydana gelen değişikliklerin eş zamanlı olarak tüketici davranışları alanında da gerçekleştiği görülmektedir. Eskiden mal ve hizmetlerin alıcı tarafından bedelinin ödenmesi ile başlayıp satıcının mülkiyet hakkını devretmesi ile tamamlanan süreç, pazarlama anlayışının gelişimi ile artık daha geniş bir süreci ifade etmektedir (Solomon, 2017, s. 8). Değişen tüketim süreci tüketicilerin ürün ve markalara karşı

çeşitli duygularla hareket etmesini sağlayan bir süreç haline gelmiştir (Guo, Hao ve Shang, 2011, s. 270).

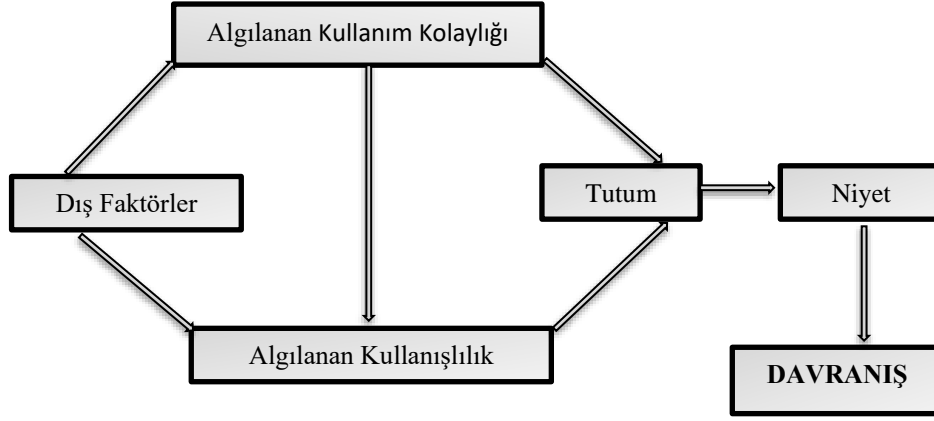
Tüketici davranışı, tüketicilerin mal ve hizmetleri seçmesi, satınalması, kullanması ve elden çıkarması ile ilgili karar ve faaliyetleri kapsamaktadır (Can, 2016, s. 4). Bu kapsamda değerlendirilen tüketici davranışları, tüketicilerin mal ve hizmetleri seçerken nelere dikkat ettiğini, satınalma eylemini nasıl gerçekleştirdiğini ve mal ve hizmetleri nasıl kullandığını belirlemeye yönelik incelemeler yapılmaktadır (Runyon ve Stewart, 1987, s. 5).

Tüketici davranışları içerisinde ve araştırmada yer alan satınalma niyeti; bir kişinin belirli bir davranışı sergilemeye yönelik olan şiddetinin bir ölçüsü niteliğindedir (Turan ve Haşit, 2014, s. 110). Bir kişinin bir davranışı gerçekleştirmeye hazır bulunması olarak ifade edilen niyet; söz konusu davranışı gerçekleştirmeyi kabul veya reddetme anlamına gelmektedir. Potansiyel müşteri konumunda olan kişiler istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere çeşitli güdüler eşliğinde hareket ederek satınalma karar ve niyetine ulaşır. Ancak bu niyetin her zaman satınalma ile sonuçlanması beklenilemez. Bazı faktörlerin de etkisi ile şekillenen niyet, tüketicilerin fayda maksimizasyonunu sağlayacak olan ürün ve hizmet yönünde gerçekleşmektedir. Satınalma niyeti; ihtiyacın şiddeti, gelecekteki beklentiler, mevcut yaşam koşullarının korunması ve kişisel değişkenler gibi birçok faktörün etkisi altında gerçekleşmektedir (Yorgancılar, 2015, s. 33).

### **2.3. Teknoloji Kabul Modeli**

Teknolojik ürünlerin insan hayatındaki her geçen gün artan yeri bazı kesimler tarafından kabul edilebilirliğini zorlaştırmıştır. Kişilerin kullanmakta önyargılı oldukları teknolojik ürünlere karşı direnç göstermeleri teknolojik ürünlere olan tepkileri doğurmaktadır (Çelik ve Bindak, 2005, s. 29). Bu düşünceden yola çıkarak kişilerin teknolojiyi neden kabul ettikleri ya da niçin kabul etmediklerini belirleyen faktörlerin belirlenmesini amaçlayan “niyet modelleri” geliştirilmiştir. Niyet modelleri; insanların her bir seçiminin kendilerine sağlayacağı fayda veya zararları hesaplayarak alternatifler arasından seçim yapmalarını sağlayan ve tutumlarının davranışlarını nasıl etkilediğini tahmin etmeye yönelik araştırmalardır (Arkonaç, 2012, s. 142-143). Geçmişten bugüne geliştirilen birçok teknoloji kabul ve kullanımını inceleyen model içerisinde en yaygın kullanılan “Teknoloji Kabul Modeli”, Fred D. Davis tarafından 1989 yılında geliştirilmiş, temelini Sebepli Davranış Teorisi’nden alan ve sınanabilirliği yüksek bir teoridir.

Teknoloji Kabul Modeli; sistem ve tasarım özellikleri, algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı, kullanımdaki tutum ve gerçek kullanım davranışları arasındaki nedensel ilişkileri belirleyen bir modeldir (Davis, 1993, s. 475). Teknoloji Kabul Modeli'nin amacı ise teknolojiyi kullanacak olan kişilerin davranışlarında belirleyici olan faktörleri bulmak ve bu faktörlere teorik bir açıklama getirmektir (Turan ve Haşit, 2014, s. 110).



**Şekil 1.** Teknoloji Kabul Modeli

Şekil 1’de yer alan dış faktörler; kişilerin teknoloji kullanımlarında algıları üzerinde etkisi olan ve kontrol edilebilen veya edilemeyen faktörlerdir. Algılanan kullanım kolaylığı; kişinin söz konusu yeniliği çaba göstermeden kolay bir biçimde kullanabileceğine olan algının derecesidir (Agarwal ve Prasad, 1999, s. 366). Algılanan kullanılabilirlik ise; belirli bir sistemi kullanmanın bireyin iş performansına katkı yaptığına dair algının derecesi olarak ifade edilmektedir (Davis, 1989, s. 320). Modelde yer alan tutum; temel olarak herhangi bir şeye, nesneye, fikre, davranışa, yeniliğe karşı kişilerin ön duruşlarını ifade etmektedir. Niyet; bir kişinin bir davranışı sergilemeye hazır olarak bulunması olarak açıklanmaktadır. Son olarak modelin son aşamasını oluşturan davranış; bir teknolojik ürünün kullanılıp kullanılmamasını, kullanılması durumunda ise kullanım sıklığını ifade etmektedir (Şenel, 2011, s. 23).

Çalışmada X kuşağından akıllı telefon kullanıcılarının satınalma niyetlerine etki eden konumlandırma stratejileri incelendiğinden bu kullanıcıların modelde yer alan davranış satınalma yönüyle gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Kişilerin bir davranışı sergilemeye hazır bulunması olarak da ifade edilen niyet kişilerin gerçek kullanımını belirleyen birincil faktördür (Çivici ve Kale, 2007, s. 120). Bu nedenle çalışmada akıllı telefonlara yönelik uygulanacak olan ürün konumlandırma stratejilerinin kişilerin yeni teknolojiyi kabul ya da reddetmesini belirleyen faktör olan satınalma niyetine etkisi açıklanmaktadır.

Teknoloji Kabul Modeli'ni esas alan çalışmalar literatürde oldukça sıklıkla yer almaktadır. Çetinsöz (2015) çalışmasında, teknoloji kabul modeli kapsamında algılanan kullanım kolaylığı ve güvenin e-satınalma tutumlarını etkilediği sonucunu ortaya koymuştur. Xia, Zhang, Zhang (2018); akıllı telefon kullanıcılarına yönelik yaptıkları çalışmada, akıllı telefonlara ait tasarım özellikleri ve sosyal faktörleri birleştirerek teknoloji kabul modeline dayalı bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Modelde yer alan algılanan kullanılabilirlik ve kullanım kolaylığının akıllı telefon uygulamaları ile çevrimiçi deneyimi zenginleştiren en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Lederer vd. (2000) yaptıkları çalışmada, internet kullanımını teknoloji kabul modeli kapsamında incelemiş, internet kullanımını anlama ve aranan bilgiyi bulma kolaylığının kullanım kolaylığını sağladığını ve bilgi kalitesinin ziyaret edilen siteler için yararlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Prieto, Miguelanez, Penalvo (2016); hizmet öncesi ilköğretim öğretmenlerinin gelecekteki öğretmenlik uygulamalarında mobil cihazların kullanılmasının davranışa etkisine ilişkin yapılan bir çalışmada mobil teknoloji kabulünü arttırmak için tasarımın önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

#### 2.4. Kuşaklar

Toplumsal bir varlık olan ve en temel zorunluluğu diğer insanlarla birlikte yaşamak olan insan, tarihin ilk yıllarından bu yana birlikte hareket etme ve bir araya gelme eğiliminde olan bir varlıktır. Çok disiplinli bir kavram olarak çeşitli bilimlerden incelenen kuşak terimi, bir grup insana ait doğum günü serisi olarak tanımlanmaktadır (Joppling, 2004). Kuşak için yapılan bir diğer tanım ise aynı iş ve hayat deneyimlerine sahip bir grup insanı ifade etmektedir (Hansen ve Leuty, 2012, s. 35).

Geçmişten bu yana her kuşağın diğer kuşaklardan ayırt edilmesini sağlayan belirli özellikler bulunmaktadır. Ayırt edici özelliklerden biri olan teknoloji kullanımı genç kuşaklarda giderek yoğunlaşmaktadır. Sessiz Kuşak ve Bebek Patlaması Kuşağı'nın teknolojiye uzak oldukları, X kuşağının teknolojiyi kullanmada zorluk yaşadığı (Joppling, 2004, s. 246), Y kuşağının teknolojiyi aktif kullandığı (Raines, 2002, s. 9) ve Z kuşağının da neredeyse teknolojiye doğan çocuklar olarak adlandırılan teknolojiyi en yoğun yaşayan kuşak oldukları (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlü, 2017, s. 1033) bilinmektedir.

Çalışmada teknoloji kullanmakta zorluk yaşayan X kuşağı incelenmiştir. Akıllı telefon kullanıcısı olan X kuşağı üyelerinin satınalma niyetlerinde ürün konumlandırma stratejilerinin etkisini içeren çalışmada söz konusu kişilerin akıllı telefon kullanıyor olmaları nedeniyle, satınalma faaliyetinin gerçekleşip gerçekleşmemesi sonucuna göre incelenmesi gereken

davranış değişkeni ele alınan teknoloji kabul modeli dışında bırakılmış, satınalma gücüne olan doğrudan ve dolaylı etkiler incelenmiştir.

Türkiye’de 1965 ve 1979 yılları arasında doğanlar olarak tanımlanan ve araştırmanın evrenini oluşturan X kuşağı, tek eşli evliliklerin ve çift gelirli ailelerin ortaya çıkmaları sonucu var olan bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Knight, 2014). Bu grup üyeleri çift haneli enflasyon ve işsizlik kaygısı ile büyüdüleri için ekonomik olarak bilinçli üyelerdir. Kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak çalıştıkları kurumlara uzun vadede güven duymayan kuşak üyeleri topluluk içerisinde cesaretsiz ancak hünerli, zeki ve beceriklidirler (Joppling, 2004). Geleceğe karşı endişeli ve para kazanmaya odaklı olmaları yaşadıkları belirsizliklerden kaynaklanmaktadır (Gurlaş, 2016, s. 7).

Hayata bakış açıları kendilerinden önceki kuşaklara göre daha net olan bu kuşağın ailelerinin sorumluluklarını üstlendiği ve ailelerinin işlerinden daha da önemli olduğu gözlemlenmektedir (Raines, 2002). İnternet üzerinden alışveriş yapmanın da henüz yaygın olmadığı bu dönemde kişilerin geleneksel alışveriş kültürünü devam ettirdikleri ve mağazalardan alışveriş yapmayı sürdürdükleri görülmektedir. Satın aldıkları ürünlerde öncelikle fiyata sonra kaliteye önem veren X kuşağı uzun ömürlü ürünleri tercih etmekte, satınalma öncesi uzun bir araştırma süreci geçirmekte ve sonrasında karar vermektedir.

X kuşağına ait literatürde yer alan çalışmalarda; diğer kuşakların internet olmadan hayatı tanımlayamadıkları ancak X kuşağının hayatı internet olmadan da devam ettirebildikleri (Katz, 2017, s. 18), Y kuşağı ile arasında iş hayatında ciddi motivasyon farklılıklarının bulunduğu (Yusoff ve Kian, 2013, s. 94), çevrimiçi bilgilere çok fazla güven duymadıkları (Dabija, Bejan ve Tipi, 2018, s. 201) ve X kuşağının internet kullanımının ve çevrimiçi satınalma davranışı eğilimlerinin son yıllarda artış gösterdiği ancak yine de teknolojik ürün satınalmalarının diğer kuşaklar kadar gerçekleşmediği (Lissitsa ve Kol, 2016, s. 304) bulguları yer almaktadır.

### **3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

Araştırmanın bu bölümünde Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak Fred D. Davis tarafından öne sürülen Teknoloji Kabul Modeli (TKM) çerçevesinde geliştirilen model ile ürün konumlandırmanın satınalma niyeti üzerindeki etkisi incelenmek üzere araştırmanın amacı, yöntemi, evren ve örnekleme hakkında bilgi verilecektir.

### 3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı ürün konumlandırmanın X kuşağının satınalma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelen akıllı telefonlar, teknolojiyi kendisinden sonraki kuşaklar kadar yaygın ve kolay kullanamayan X kuşağı için de vazgeçilmez bir iletişim aracıdır. Bu nedenle işletmeler için hangi ürün konumlandırma stratejisinin X kuşağı üzerinde daha etkili olabileceği önemli bir soru haline gelmiştir. Çalışma, akıllı telefon sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için X kuşağının satınalma niyetlerinde hangi konumlandırma stratejilerinin daha etkili olabileceği, hangilerinin ise etkili olmadığını araştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca nüfus esas alınarak ayrıştırılan yerleşim yeri büyüklüğünün X kuşağının satınalma niyetlerinde bir farklılık gösterip göstermediğini araştırmak da araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmış ve veriler 01.03.2018-01.07.2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Anket çalışmasından elde edilen veriler SPSS 20.0 istatistik paket programı ve LISREL 8.7 veri analizi programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada Yapısal Eşitlik Modellemesi ile değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir.

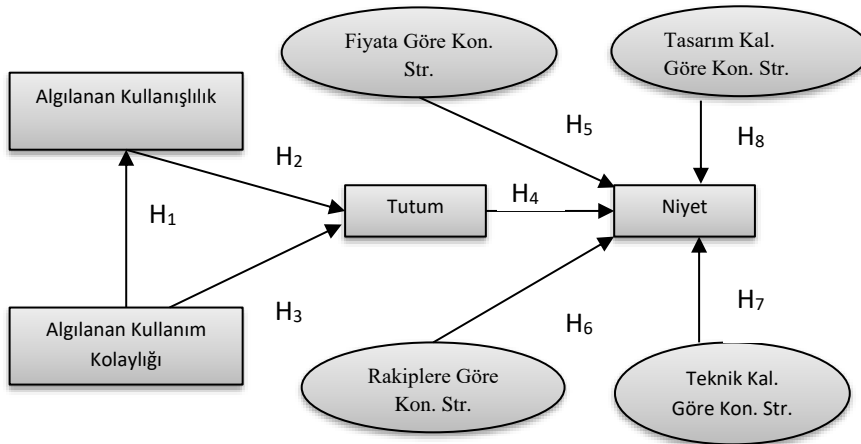
### 3.3. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada büyükşehirde yaşamının sağlamış olduğu koşullar açısından Ankara ve nüfusu Ankara'ya göre daha az olan ve büyükşehir statüsünde olmayan Çankırı ili karşılaştırmalı olarak analiz edilmektedir. Büyükşehirde yaşayan tüketicilerin teknolojik ürünleri satınalma niyetlerinin daha az nüfusa sahip illere göre farklılaşıp farklılaşmadığını inceleyen çalışmada; evrenin çok büyük olması ve tamamına ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle, örneklem hacmi %95 güven düzeyinde %5 hata payı ile yeterli düzey 384 olarak belirlenmiş (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s. 50), örneklem büyüklüğünün fazla olmasının doğruluk payını artıracığı görüşünden yola çıkarak yapılan değerlendirme ve analizler gönüllülük esasına dayalı ve olasılıksız örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme yoluyla sağlanan 1046 adet anket formu içerisinde elde edilen 964 anket formu üzerinden yapılmıştır. Toplam anket formununun 448 adeti Çankırı'dan ve 516 adeti Ankara'dan elde edilmiştir.

### 3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada konumlandırma stratejilerinin X kuşağından tüketicilerin satınalma niyetlerine etkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın ana modelini Fred D. Davis'ten alınan Teknoloji Kabul Modeli oluşturmaktadır (Davis, 1989, s. 320). Orijinal modelde yer alan dış etkenler ise çalışmada satınalma niyeti üzerinde etkisi incelenen konumlandırma stratejilerinden oluşmaktadır. Araştırmada yer alan konumlandırma stratejileri Aaker ve Shansby (1982)'den alınan konumlandırma stratejilerine göre sınıflandırılmış, akıllı telefon sektörüne uygulanabilirliği açısından ise fiyata göre konumlandırma stratejisi, kaliteye göre konumlandırma stratejisi ve rakiplere göre konumlandırma stratejisi olarak seçilmiştir. Kaliteye göre konumlandırma stratejisi ise kendi içerisinde ürün özelliğinden dolayı tasarım kalitesine göre ve teknik kaliteye göre ayrı ayrı ele alınmıştır.

Araştırmada ele alınan ölçekler Davis (1989) tarafından oluşturulan Teknoloji Kabul Modeli'ne ait ölçekten alınan orijinal ifadelerden oluşmaktadır. Ancak ölçekte yer alan davranış değişkenine ait ifadeler, kullanıcıların ürünü satınalmış oldukları gerekçesiyle ölçekten çıkartılmış, katılımcıların tümünün akıllı telefon kullanıcısı olmaları nedeniyle satınalma niyetlerine etki eden faktörler incelenmiştir. Teknoloji Kabul Modeli ile ilgili literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde; teknoloji kullanımına yönelik çalışmaların bu model çerçevesinde daha önceden aynı ifadeler ile ölçüldüğü ancak dış etken olarak konumlandırma stratejilerinin incelenmediği gözlemlenmiştir.



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

Şekil 2'de yer alan araştırmanın modeli incelendiğinde konumlandırma stratejilerinin doğrudan niyeti etkilediği varsayılmaktadır. Davis'e ait orijinal model incelendiğinde dış etkenlerin algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığını doğrudan etkilediği

görülmektedir. Ancak araştırmaya ait geliştirilen modelde dış etkenler olarak yer alan konumlandırma stratejilerinin algılanan kullanılışlılık ve algılanan kullanım kolaylığına etki etmediği, sadece satınalma niyetine etki ettiği varsayılarak araştırmanın modeli geliştirilmiştir.

Bu doğrultuda araştırmaya ilişkin hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

*H<sub>1</sub>: Algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanılışlılık üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>2</sub>: Algılanan kullanılışlılığın tutum üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>3</sub>: Algılanan kullanım kolaylığının tutum üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>4</sub>: Tutumun niyet üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>5</sub>: Fiyata göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>6</sub>: Rakiplere göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>7</sub>: Teknik kaliteye göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır.*

*H<sub>8</sub>: Tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır.*

Çalışmada yer alan hipotezler incelendiğinde algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanılışlılık üzerinde (H<sub>1</sub>), algılanan kullanılışlılığın tutum üzerinde (H<sub>2</sub>), algılanan kullanım kolaylığının tutum üzerinde (H<sub>3</sub>) ve tutumun niyet üzerinde (H<sub>4</sub>) etkisinin olduğu Davis'in bulguları ve birçok çalışma ile desteklenmiş, aralarında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Shih, 2004; Lingyun ve Dong, 2008). Yapılan çalışmada da söz konusu değişkenler arasında aynı yönlü etkinin çıkması tarafımızca beklenmektedir. Diğer taraftan modelde dış etmenler olarak yer alan konumlandırma stratejilerinden “fiyata göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır” şeklindeki H<sub>5</sub> hipotezinin çalışmada, X kuşağının satınalma niyetinde fiyata öncelik vermesinden dolayı satınalma niyetini pozitif yönlü etkileyeceği beklenmektedir. Konumlandırma stratejilerinden “rakiplere göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır” olarak ifade edilen H<sub>6</sub> hipotezinin, X kuşağının alışkanlıklarından kolay vazgeçemediği ve ürünün rakiplerini göz ardı ederek söz konusu ürünün prestijli, yenilikçi, farklı ve gösterişli olmasından etkilenmemesi nedeniyle reddedileceği beklenmektedir. Çalışmada iki farklı şekilde incelenen ürün kalitesine göre konumlandırma stratejisinden “teknik kaliteye göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır” şeklindeki H<sub>7</sub> hipotezi, X kuşağının teknoloji kullanımında kendisinden sonraki kuşaklar kadar aktif olmaması ve ürünün teknolojik üstünlüklere sahip olmasından çok uzun ömürlü olmasını tercih etmeleri nedeniyle aralarında bir ilişkinin olmayacağı şeklinde sonuçlanması beklenmektedir. Çalışmada yer alan “tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin niyet üzerinde etkisi vardır” olarak ifade edilen H<sub>8</sub> hipotezin



de ise akıllı telefonlara ait ekran boyutu, ağırlık, incelik, çift kamera gibi özelliklerin görsel uyarıcılar olarak tüketici davranışlarını etkileyeceğinden hareketle satınalma niyetini pozitif yönlü etkileyeceği beklenmektedir.

### 3.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada incelenen X kuşağı tüketicileri için katılımcı özelliklerini içeren demografik veriler ve yüzdesel dağılımları şu şekildedir:

**Tablo 2:** Demografik Verilerin Dağılımı

DEĞERLER	X KUŞAĞI	
	n	(%)
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	508	52,7
Erkek	456	47,3
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	946	98,1
Bekar	18	1,9
<b>Aylık Gelir</b>		
0-1500 TL	380	39,4
1501-3000 TL	374	38,8
3001-4500 TL	134	13,9
4501-6000 TL	72	7,5
6001 TL ve üzeri	4	0,4

EĞİTİM DURUMU	X KUŞAĞI	
	n	(%)
İlköğretim	306	31,7
Lise	428	44,4
Önlisans	64	6,6
Lisans	120	12,4
Lisansüstü	46	4,9
<b>Meslek</b>		
Öğrenci	14	1,5
Kamu Çalışanı	300	31,1
Özel Sektör Çalışanı	66	6,8
Kendi İşinde Çalışan	228	23,7
Emekli	14	1,5
Çalışmıyor	342	35,4

Tablo 2 incelendiğinde araştırmanın örnekleminde yer alan X kuşağından tüketicilerin genellikle evli, lise mezunu ve kamu çalışanı oldukları en belirgin özellikleri olarak gözlemlenmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeğe ait Cronbach  $\alpha$  değeri 0,885 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen güvenilirlik değerine göre ölçek  $0,80 < \alpha < 1,00$  arasında bir değer olduğundan ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu görülmektedir (Kılıç, 2016, s. 48).

Anket formu Davis tarafından hazırlanan ve orijinal ölçekten derlenen sorulardan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan sorular 5’li Likert ölçeği ile “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde düzenlenmiştir.

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

<i>Faktörler ve Maddeler</i>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Faktör Açıklayıcıları</b>	<b>Faktör Güvenilirlikleri</b>
<b>Faktör TK- Teknik Kaliteye Göre Konumlandırma Stratejisi</b>			
TK1- Hafızası önemlidir.	0,949	8,022	0,938
TK2- Görüntü/ses kalitesi önemlidir.	0,907		
TK3- Bağlantı hızı önemlidir.	0,929		
TK4- Ram kapasitesi önemlidir.	0,840		
<b>Faktör TS- Tasarım Kalitesine Göre Konumlandırma Stratejisi</b>			
TS1- Ekran boyutu önemlidir.	0,795	4,626	0,910
TS2- Çift kamera özelliği önemlidir.	0,808		
TS3- Ağırlığı önemlidir.	0,777		
TS4- İnceliği önemlidir.	0,785		
<b>Faktör FI- Fiyata Göre Konumlandırma Stratejisi</b>			
FI1- Kampanya kapsamında olması önemlidir.	0,914	6,037	0,958
FI2- Uygun fiyatlı olması önemlidir.	0,913		
FI3- Promosyon içermesi önemlidir.	0,925		
<b>Faktör RA- Rakiplere Göre Konumlandırma Stratejisi</b>			
RA1- Farklı olması önemlidir.	0,936	17,142	0,977
RA2- Yenilikçi olması önemlidir.	0,889		
RA3- Prestij sağlaması önemlidir.	0,929		
RA4- Gösterişli olması önemlidir.	0,922		
<b>Faktör ALGK- Algılanan Kullanışlılık</b>			
ALGK1- Görevlerimi daha çabuk tamamlamama olanak sağlar.	0,935	20,453	0,987
ALGK2- İşimi yapmayı kolaylaştırır.	0,953		
ALGK3- İş başarımlarımı artırır.	0,972		
ALGK4- Üretkenliğimi artırır.	0,964		
ALGK5- Etkinliğimi (amaçlarıma ulaşma derecem) artırır.	0,969		
ALGK6- Yaşamım için faydalıdır.	0,883		
<b>Faktör ALGKK- Algılanan Kullanım Kolaylığı</b>			
ALGKK1- Kullanmayı öğrenmek benim için kolay oldu.	0,980	23,656	0,992
ALGKK2- Kullanmakta usta olmak benim için kolay oldu.	0,971		
ALGKK3- Kullanmanın kolay olduğunu düşünüyorum.	0,985		
ALGKK4- Yapmak istediklerimi yerine getirmek benim için kolay oldu.	0,972		
ALGKK5- Kullanımı açık ve anlaşılırdır.	0,973		
ALGKK6- Kullanımına kolay uyum sağlanabilir.	0,981		
<b>Faktör TU- Tutum</b>			
TU1- Kullanmayı eğlenceli bulurum.	0,932	8,613	0,983
TU2- Kullanmak bana çok keyif verir.	0,926		
TU3- Kullanmaktan hoşlanırım.	0,931		
TU4- Kullanmak beni sıkmaz.	0,932		
<b>Faktör NI- Niyet</b>			
NI1- İşimi yapmaya faydası olacak bir özelliği olduğundan kullanmaya özen gösteririm.	0,808	3,273	0,920
NI2- Mümkün olan her durumda kullanmaya çalışırım.	0,850		
NI3- Gelecekte de kullanmayı planlıyorum.	0,879		
<b>TOPLAM</b>		<b>91,820</b>	<b>0,885</b>
<b>Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği</b>		<b>0,848</b>	
<b>Barlett Küresellik Testi Değeri</b>		<b>57523,904</b>	
<b>df</b>		<b>561</b>	
<b>p</b>		<b>0</b>	

Elde edilen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonuçlarına göre araştırmada ele alınan değişkenlere ait alt boyutları oluşturan soru gruplarının araştırmaya uygun olarak faktör dağılımı gösterdiği Tablo 3'te gözlemlenmektedir. Kısaca her bir değişkene ait alt boyutlar amaçlandığı şekliyle faktör dağılımı göstermektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda model %91,820 oranında açıklanmaktadır.

Faktör analizinin ön şartları olan, Bartlett Küresellik Testi sonucuna göre değişkenler arasında yeterli ilişki bulunmuştur ( $p < 0,05$ ,  $p = 0,000$ ). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin kabul edilebilir alt değer olan 0,60'ın üzerinde olması gerekmektedir (Sharma, 1996, s. 126). KMO değeri örneklem sayısının faktör analizi için yeterliliğini ölçtüğünden katılımcı sayısının faktör analizi için yeterli olduğu belirlenmiştir.

Ölçüm modellerinin geliştirilmesi amacıyla sıklıkla başvurulan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA); AFA ile belirlenen alt boyutlardan oluşan faktörlerin hipotezler ile belirlenen faktör yapılarına uygun olup olmadığını test etmektedir.

**Tablo 4:** Çankırı’da Yaşayan X Kuşağına Ait DFA Ölçüm Modelleri Sonucu

<b>Faktör/ Madde</b>	<b>Standartlaştırılmış Yükler</b>	<b>t-değeri</b>	<b>R<sup>2</sup></b>
<b><i>Teknik Kaliteye Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
TK1	0,97	27,75	0,94
TK2	0,89	23,81	0,79
TK3	0,93	25,72	0,86
TK4	0,78	19,64	0,61
<b><i>Tasarım Kalitesine Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
TS1	0,79	19,85	0,62
TS2	0,61	14,18	0,37
TS3	0,93	25,87	0,87
TS4	0,98	28,58	0,97
<b><i>Fiyata Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
FI1	0,91	24,94	0,83
FI2	0,95	26,69	0,90
FI3	0,97	27,80	0,94
<b><i>Rakiplere Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
RA1	0,97	28,09	0,94
RA2	0,93	26,12	0,87
RA3	0,99	29,09	0,97
RA4	0,98	26,23	0,87
<b><i>Algılanan Kullanım Kolaylığı</i></b>			
ALGKK1	0,92	25,71	0,85
ALGKK2	0,97	28,26	0,94
ALGKK3	0,99	29,33	0,98
ALGKK4	0,97	28,25	0,94
ALGKK5	0,99	29,15	0,97
ALGKK6	0,89	24,06	0,79
<b><i>Algılanan Kullanışlılık</i></b>			
ALGK1	0,98	28,73	0,96
ALGK2	0,97	28,22	0,94
ALGK3	0,99	29,20	0,98
ALGK4	0,97	28,03	0,94
ALGK5	0,97	28,08	0,94
ALGK6	0,98	28,96	0,97
<b><i>Tutum</i></b>			
TU1	0,97	28,15	0,94
TU2	0,95	27,12	0,91
TU3	0,97	27,93	0,93
TU4	0,95	26,86	0,90
<b><i>Niyet</i></b>			
NI1	0,87	22,80	0,76
NI2	0,94	25,48	0,88
NI3	0,83	20,99	0,68

Tablo 4’te Çankırı’da yaşayan X kuşağına ait doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen değerlerden oluşan tablo yer almaktadır. Standardize edilmiş yükler boyutlar üzerinde

değişkenlerin etki derecesini gösterirken,  $R^2$  değeri bağımlı değişkendeki varyansın ne kadarının bağımsız değişken tarafından açıklandığını göstermektedir. Geliştirilen modele ait standardize edilmiş yükler incelendiğinde modelde yer alan boyutları önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. Ayrıca modele ait  $R^2$  değerleri incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin neredeyse tamamına yakınının bağımlı değişkene ait varyansı (TS2 değişkeni hariç) 0,60-0,98 aralığında açıkladığı görülmektedir.

**Tablo 5:** Çankırı’da Yaşayan X Kuşağına Ait DFA Modeli İçin Uyum Kriterlerine Ait Değerler

<b>Uyum Kriterleri</b>	<b>Mükemmel Uyum</b>	<b>Kabul Edilebilir Uyum</b>	<b>Ölçeğe Ait Değerler</b>
$\chi^2/sd$	$\leq 3$	$\leq 5$	<b>4,72</b>
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	<b>0,091</b>
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	<b>0,048</b>
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	<b>0,91</b>
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI < 0,95$	<b>0,93</b>
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	<b>0,76</b>

Kaynak: Schermelleh-Engel and Moosbrugger, 2003, s. 52

Tablo 5’te Çankırı’da yaşayan X kuşağı için geliştirilen ölçeğe ait DFA indeksleri incelendiğinde RMSEA değerinin 0,091 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, SRMR değerinin 0,048 ile mükemmel uyum aralığında olduğu, NFI değerinin 0,91 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, CFI değerinin 0,93 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu ve  $\chi^2/sd$  değerinin 4,72 ile yine kabul edilebilir uyum aralığında olduğu görülmektedir. DFA analizinden elde edilen ve örneklem sayısına duyarlı olan GFI değeri ise 0,76 ile literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde kabul edilebilir düzeye yaklaştığı ve bu haliyle kabul edilebilir düzeyde olduğu kabul edilmektedir (Khosrow, 2007, s. 109-110).

**Tablo 6.** Ankara’da Yaşayan X Kuşağına Ait DFA Ölçüm Modelleri Sonucu

Faktör/ Madde	Standartlaştırılmış Yükler	t-değeri	R <sup>2</sup>
<b><i>Teknik Kaliteye Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
TK1	0,97	30,08	0,94
TK2	0,90	26,14	0,81
TK3	0,93	27,95	0,87
TK4	0,79	21,44	0,63
<b><i>Tasarım Kalitesine Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
TS1	0,79	21,42	0,62
TS2	0,62	15,45	0,38
TS3	0,94	28,14	0,88
TS4	0,98	30,75	0,97
<b><i>Fiyata Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
FI1	0,91	26,83	0,83
FI2	0,95	28,62	0,89
FI3	0,97	30,01	0,94
<b><i>Rakiplere Göre Konumlandırma Stratejisi</i></b>			
RA1	0,97	30,31	0,94
RA2	0,93	28,14	0,87
RA3	0,99	31,31	0,98
RA4	0,94	28,32	0,88
<b><i>Algılanan Kullanım Kolaylığı</i></b>			
ALGKK1	0,98	25,71	0,85
ALGKK2	0,97	28,26	0,94
ALGKK3	0,99	29,33	0,98
ALGKK4	0,97	28,25	0,94
ALGKK5	0,97	29,15	0,97
ALGKK6	0,99	24,06	0,79
<b><i>Algılanan Kullanışlılık</i></b>			
ALGK1	0,95	28,90	0,90
ALGK2	0,98	30,57	0,95
ALGK3	0,99	31,62	0,99
ALGK4	0,99	31,64	0,99
ALGK5	0,99	31,77	0,99
ALGK6	0,89	26,03	0,79
<b><i>Tutum</i></b>			
TU1	0,98	30,75	0,96
TU2	0,98	30,96	0,97
TU3	0,97	30,50	0,95
TU4	0,96	29,55	0,92
<b><i>Niyet</i></b>			
NI1	0,90	25,80	0,80
NI2	0,96	29,13	0,93
NI3	0,85	23,64	0,72

Tablo 6’da Ankara’da yaşayan X kuşağına ait doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen değerlerden oluşan tablo yer almaktadır. Geliştirilen model Ankara’da yaşayan X kuşağından kişiler esas alınarak incelendiğinde standardize edilmiş yüklerin modelde yer alan

boyutları önemli ölçüde açıkladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi sonrasında elde edilen  $R^2$  değerleri incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin neredeyse tamamına yakınının bağımlı değişkene ait varyansı (TS2 değişkeni hariç) 0,60-0,99 aralığında açıkladığı görülmektedir.

**Tablo 7:** Ankara’da Yaşayan X Kuşağına Ait DFA Modeli İçin Uyum Kriterlerine Ait Değerler

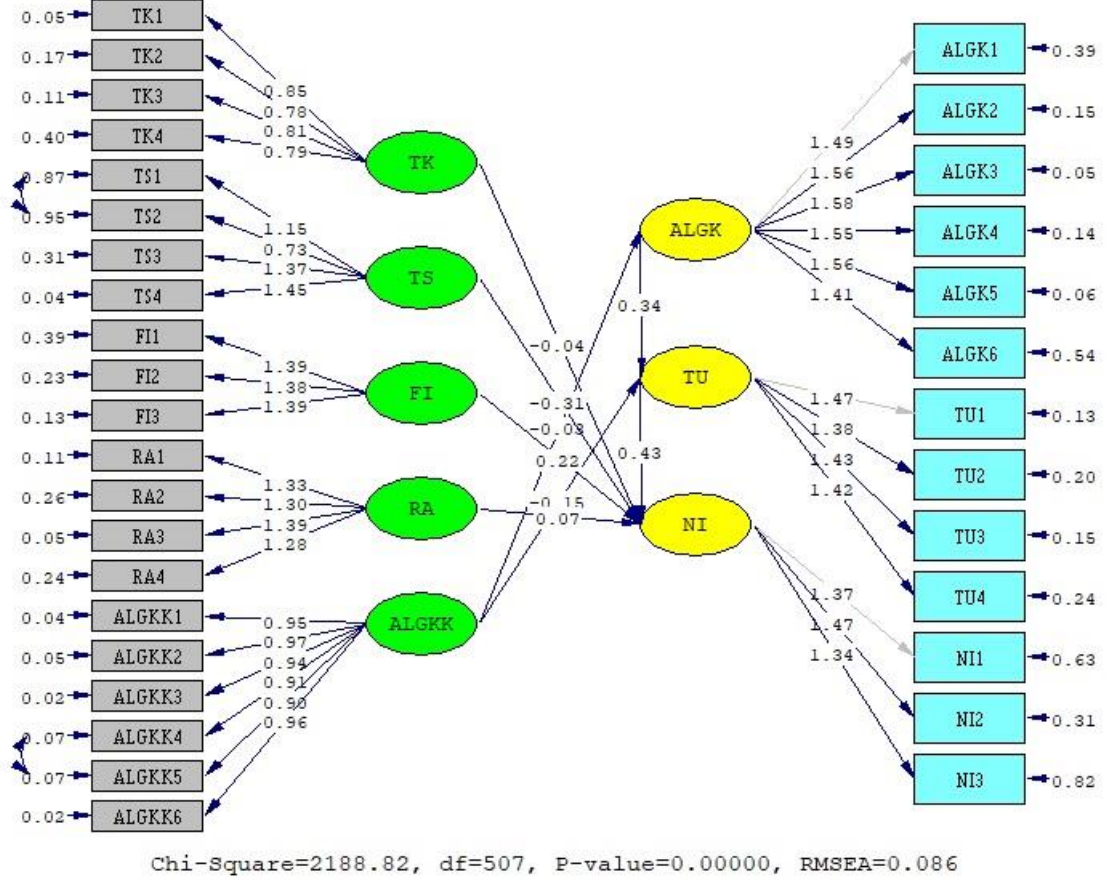
Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçeğe Ait Değerler
$\chi^2/sd$	$\leq 3$	$\leq 5$	<b>4,97</b>
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	<b>0,088</b>
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	<b>0,045</b>
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	<b>0,92</b>
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI < 0,95$	<b>0,93</b>
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	<b>0,78</b>

Tablo 7’de Ankara’da yaşayan X kuşağı için geliştirilen ölçeğe ait DFA incelendiğinde RMSEA değerinin 0,088 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, SRMR değerinin 0,045 ile mükemmel uyum aralığında olduğu, NFI değerinin 0,92 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, CFI değerinin 0,93 ile kabul edilebilir uyum aralığında olduğu ve  $\chi^2/sd$  değerinin 4,97 ile yine kabul edilebilir uyum aralığında olduğu görülmektedir. DFA analizinden elde edilen ve örneklem sayısına duyarlı olan GFI değeri ise 0,78 ile literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde kabul edilebilir düzeye yaklaştığı ve bu haliyle kabul edilebilir düzeyde olduğu kabul edilmektedir.

Açıklayıcı faktör analizi sonrasında yapı güvenilirliği ve ortalama açıklanan varyans değerlerinin de beklenen düzeyde çıkmasından hareketle doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş ve geliştirilen ölçüm modelinin geçerliliği sınanmıştır. Araştırmada belirlenen modelin veriye ne kadar uyum sağladığı uyum iyiliği indeksleri ile değerlendirilmiş, elde edilen değerlere göre model kabul edilmiştir. Ancak uyum iyiliği değerlerinin daha da ideal hale getirilmesi amacıyla modelde modifikasyon yapılmıştır. Araştırmada gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizlerinde yer alan t değerleri ve modifikasyon indekslerinin incelenmesi sonucunda bazı maddelerin hataları arasındaki korelasyon düzeyleri dikkate alınarak revizyon gerçekleştirilmiştir. Ayrıca modifikasyon indeksleri arasında genel uyumu sağlayan  $\chi^2/sd$  değerinin  $\leq 5$  şartını sağlamamasından dolayı modifikasyon yapılması öngörülmüştür. Bu nedenle hata terimlerinin birbirleri ile olan kovaryanslarında en yüksek değere sahip olduğu tespit edilen ALGKK5-ALGKK4 ve TS2-TS1 değişkenleri arasındaki hata kovaryansları yapısal eşitlik modeli analizlerinde serbest

bırakılmıştır.

LISREL 8.7 ile gerçekleştirilen yapısal eşitlik analizi sonucunda elde edilen bulgular kuşaklara göre aşağıda yer alan tablo ve şekiller yardımıyla açıklanmaktadır.



Şekil 3: Çankırı X Kuşığı Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 8: Çankırı X Kuşığı İçin Kurulan YEM Modeline Ait Uyum Kriter Değerleri

Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modifikasyon Öncesi Ölçeğe Ait Değerler	Modifikasyon Sonrası Ölçeğe Ait Değerler
$\chi^2/sd$	$\leq 3$	$\leq 5$	<b>4,82</b>	<b>4,31</b>
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	<b>0,093</b>	<b>0,086</b>
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	<b>0,094</b>	<b>0,094</b>
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	<b>0,91</b>	<b>0,92</b>
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI < 0,95$	<b>0,93</b>	<b>0,93</b>
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	<b>0,76</b>	<b>0,78</b>



Şekil 3'te Çankırı'da yaşayan X kuşağına ait yapısal eşitlik analizi verilmektedir. Tablo 8'de yapısal eşitlik modelinde yer alan Çankırı'da yaşayan X kuşağında ürün konumlandırma stratejilerinin satınalma niyeti üzerindeki etkisine ait kurulan YEM modeline ilişkin modifikasyon sonrası elde edilen uyum indeks değerleri incelendiğinde RMSEA değerinin (RMSEA=0,086,  $0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$ ) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu (Browne ve Cudeck, 1993), SRMR değerinin (SRMR=0,094) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu, NFI değerinin (NFI=0,92) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu, CFI değerinin (CFI=0,93) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu ve GFI değerinin (GFI=0,78) kabul edilebilir uyum indeksi aralığına yakın bir değerde olduğu belirlenmiştir (Marsh ve Grayson,1995; Schumaker ve Lomax, 1996). Çankırı'da yaşayan X kuşağı tüketicilerine ait bir diğer uyum indeksi olan  $\chi^2/sd$  değeri incelendiğinde ( $\chi^2/sd=4,31$ ,  $3 \leq \chi^2/sd \leq 5$ ) aralığında olduğu ve kabul edilebilir uyum indeksi aralığında yer aldığı (Çerezci, 2010, s. 42) görülmektedir.

**Tablo 9:** Çankırı'da Yaşayan X Kuşağı İçin YEM Değişkenlerine Ait Yapı Güvenilirliği ve Ortalama Açıklanan Varyans Değerleri

<b>Değişkenler</b>	<b>AVE</b>	<b>CR</b>
Teknik Kaliteye Göre Kon. Stratejisi	0,802	0,941
Tasarım Kalitesine Göre Kon. Stratejisi	0,705	0,902
Fiyata Göre Kon. Stratejisi	0,890	0,857
Rakiplere Göre Kon. Stratejisi	0,936	0,983
Algılanan Kullanışlılık	0,618	0,980
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,637	0,988
Tutum	0,921	0,979
Niyet	0,776	0,806

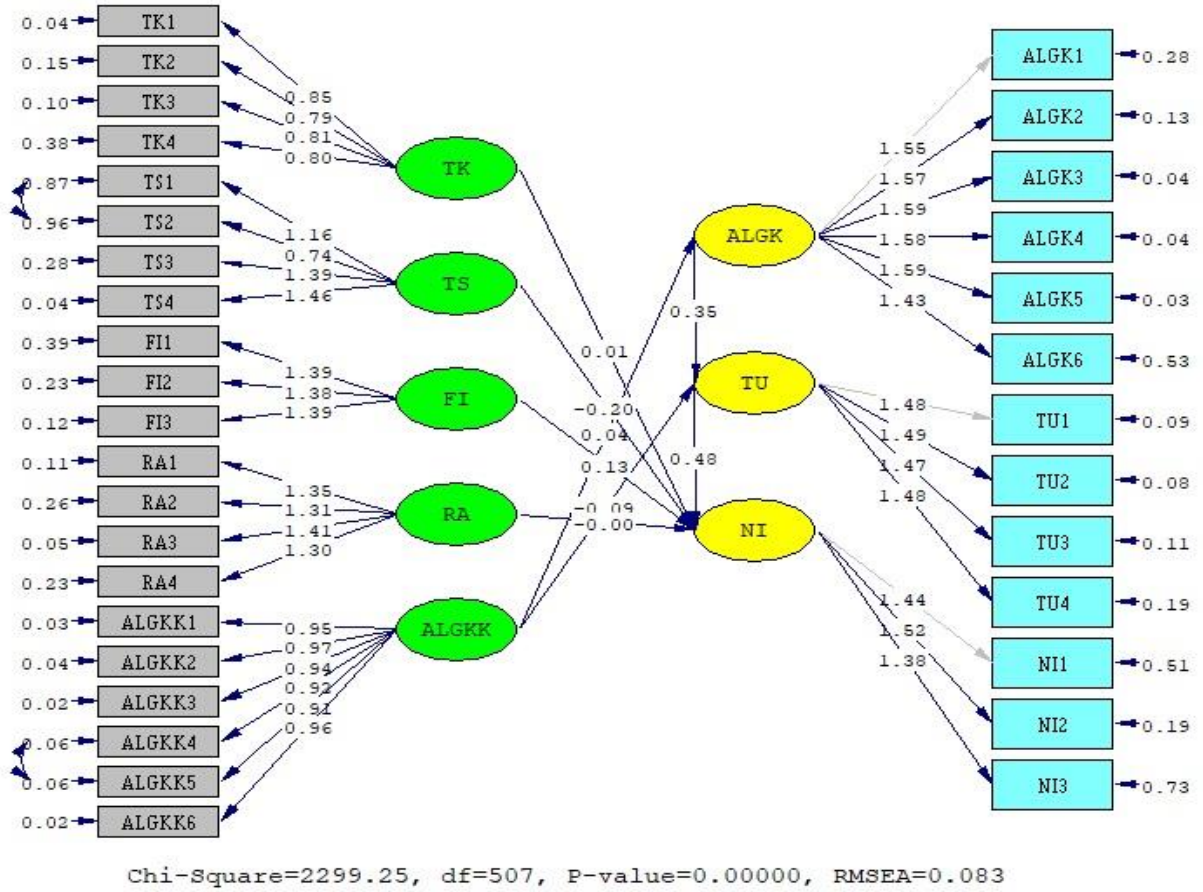
Çalışmada ayrıca yapı güvenilirliği (CR) ve ortalama açıklanan varyans değerleri de incelenmiştir. Tablo 9'da yer alan her bir değişken için yapı güvenilirliği (CR) ve ortalama açıklanan varyans değerleri (AVE) incelendiğinde AVE değerinin her bir değişken için 0,5 değerinden büyük olduğu, CR değerinin ise 0,7 değerinden büyük olduğu görülmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010).

**Tablo 10:** Çankırı’da Yaşayan X Kuşağına Ait Standartlaşmış Parametre Tahminleri, T Değerleri ve Hipotezlere Ait Sonuçlar

Hipotezler	Yollar	Standartlaştırılmış Parametre Tahminleri	t değerleri	SONUÇ
H <sub>1</sub>	ALGKK → ALGK	-0,03	-0,65	<b>RED</b>
H <sub>2</sub>	ALGK → TU	0,34	7,45	KABUL
H <sub>3</sub>	ALGKK → TU	-0,15	-3,28	KABUL
H <sub>4</sub>	TU → NI	0,43	9,67	KABUL
H <sub>5</sub>	FI → NI	0,22	4,53	KABUL
H <sub>6</sub>	RA → NI	0,07	1,1	<b>RED</b>
H <sub>7</sub>	TK → NI	-0,04	-0,87	<b>RED</b>
H <sub>8</sub>	TS → NI	-0,31	-5,04	KABUL

Tablo 10 incelendiğinde X kuşağına ait ürün konumlandırma stratejilerinin satınalma niyeti üzerindeki etkisine ait hipotezlerden algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanılabilirlik üzerindeki etkisi, teknik kaliteye göre konumlandırma stratejisinin satınalma niyeti üzerindeki etkisi ve rakiplere göre konumlandırma stratejisinin satınalma niyeti üzerindeki etkisi doğrulanmayarak reddedilmiş, diğer hipotezler ise doğrulanarak kabul edilmiştir.

Çankırı’da yaşayan X kuşağı için kurulan YEM modeline ait regresyon fonksiyonuna göre algılanan kullanılabilirlikteki artış tutumu olumlu yönde etkilerken, algılanan kullanım kolaylığındaki artış ise beklentilerin aksine tutumu olumsuz yönde etkilemektedir. Niyet değişkeni incelendiğinde tutumun, fiyata göre konumlandırma stratejisi ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisi tarafından etkilendiği görülmektedir. Ancak etkileyen bu değişkenlerin niyet üzerinde etkisi incelendiğinde tutum ve fiyata göre konumlandırma stratejisinin olumlu yönde, tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin ise olumsuz yönde etkilediği görülmektedir.



Şekil 4: Ankara X Kuşağı Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 11: Ankara X Kuşağı İçin Kurulan YEM Modeline Ait Uyum Kriter Değerleri

Uyum Kriterleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Modifikasyon Öncesi Ölçeğe Ait Değerler	Modifikasyon Sonrası Ölçeğe Ait Değerler
$\chi^2/sd$	$\leq 3$	$\leq 5$	<b>5,09</b>	<b>4,53</b>
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	<b>0,089</b>	<b>0,083</b>
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	<b>0,084</b>	<b>0,084</b>
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	<b>0,92</b>	<b>0,93</b>
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI < 0,95$	<b>0,93</b>	<b>0,94</b>
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	<b>0,77</b>	<b>0,79</b>

Şekil 4'te yer alan Ankara'da yaşayan X kuşağında ürün konumlandırma stratejilerinin satınalma niyeti üzerindeki etkisine ait kurulan YEM modeline ilişkin modifikasyon sonrası uyum indeksi değerleri Tablo 11'de incelendiğinde RMSEA değerinin (RMSEA=0,083,  $0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$ ) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu, SRMR değerinin (SRMR=0,084) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu, NFI değerinin (NFI=0,93) kabul edilebilir uyum indeksi aralığında olduğu, CFI değerinin (CFI=0,94) kabul edilebilir

uyum indeksi aralığında olduğu ve mükemmel uyuma yaklaştığı ve GFI değerinin (GFI=0,79) kabul edilebilir uyum indeksi aralığına yakın bir değerde olduğu belirlenmiştir. Ankara’da yaşayan X kuşağı tüketicilerine ait bir diğer uyum indeksi olan  $\chi^2/sd$  değeri incelendiğinde ( $\chi^2/sd=4,53$ ,  $\chi^2/sd \geq 5$ ) kabul edilebilir uyum aralığında yer aldığı görülmektedir.

**Tablo 12:** Ankara YEM Değişkenlere Ait Yapı Güvenilirliği ve Ortalama Açıklanan Varyans Değerleri

Değişkenler	AVE	CR
Teknik Kaliteye Göre Kon. Stratejisi	0,809	0,944
Tasarım Kalitesine Göre Kon. Stratejisi	0,713	0,906
Fiyata Göre Kon. Stratejisi	0,890	0,857
Rakiplere Göre Kon. Stratejisi	0,917	0,977
Algılanan Kullanışlılık	0,635	0,988
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,636	0,989
Tutum	0,945	0,985
Niyet	0,818	0,826

Çalışmada yapı güvenilirliği (CR) ve ortalama açıklanan varyans değerleri Ankara ili için de ayrıca incelenmiştir. Tablo 12’de yer alan her bir değişken için yapı güvenilirliği (CR) ve ortalama açıklanan varyans değerleri (AVE) incelendiğinde AVE değerinin her bir değişken için 0,5 değerinden büyük olduğu, CR değerinin ise 0,7 değerinden büyük olduğu görülmektedir (Hair vd: 2010).

**Tablo 13:** Ankara’da Yaşayan X Kuşağına Ait Standartlaşmış Parametre Tahminleri, T Değerleri ve Hipotezlere Ait Sonuçlar

Hipotezler	Yollar	Standartlaştırılmış Parametre Tahminleri	t değerleri	SONUÇ
H <sub>1</sub>	ALGKK → ALGK	0,04	0,83	<b>RED</b>
H <sub>2</sub>	ALGK → TU	0,35	8,39	KABUL
H <sub>3</sub>	ALGKK → TU	-0,09	-2,05	KABUL
H <sub>4</sub>	TU → NI	0,48	11,71	KABUL
H <sub>5</sub>	FI → NI	0,13	2,94	KABUL
H <sub>6</sub>	RA → NI	0	-0,01	<b>RED</b>
H <sub>7</sub>	TK → NI	0,01	0,15	<b>RED</b>
H <sub>8</sub>	TS → NI	-0,2	-3,65	KABUL

Tablo 13 incelendiğinde Ankara’da yaşayan X kuşağına ait ürün konumlandırma stratejilerinin satınalma niyeti üzerindeki etkisine ait hipotezlerden algılanan kullanım

kolaylığının algılanan kullanılabilirlik üzerindeki etkisi, teknik kaliteye göre konumlandırma stratejisinin satınalma niyeti üzerindeki etkisi ve rakiplere göre konumlandırma stratejisinin satınalma niyeti üzerindeki etkisi doğrulanmayarak reddedilmiş, diğer hipotezler ise doğrulanarak kabul edilmiştir.

Ankara’da yaşayan X kuşağı için kurulan YEM modeline ait regresyon fonksiyonuna göre algılanan kullanılabilirlikteki artış tutumu olumlu yönde etkilerken, algılanan kullanım kolaylığındaki artış ise beklentilerin aksine tutumu olumsuz yönde etkilemektedir. Niyet değişkeni incelendiğinde tutumun, fiyata göre konumlandırma stratejisi ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisi tarafından etkilendiği görülmektedir. Ancak etkileyen bu değişkenler incelendiğinde tutum ve fiyata göre konumlandırma stratejisinin olumlu yönde, tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin ise olumsuz yönde niyeti etkilediği görülmektedir.

X kuşağında yer alan yerleşim yeri Ankara ili olarak belirlenen gözlem grubu esas alınarak yapılan analizde fiyat ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın ana amacını oluşturan tutum ve niyet değişkenlerini etkileyen konumlandırma stratejileri, Çankırı ilinde yaşayan X kuşağı için fiyat ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisi, Ankara ilinde yaşayan X kuşağı için de aynı şekilde fiyat ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisi olarak belirlenmiştir. Bu sonuçtan yola çıkarak yerleşim yeri büyüklüğü, nüfus yoğunluğu ve büyükşehir olmanın getirdiği avantajların X kuşağının satınalma niyetinde etkili faktörler olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

#### **4. SONUÇ**

Tüm tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermekte yetersiz kalan işletmeler, pazarı aynı istek ve ihtiyaçlara sahip tüketicilerden oluşan gruplara ayırmakta, böylelikle daha başarılı pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Bu doğrultuda pazarlama planlaması sürecinde yer alan pazar bölümlendirmesi sonrası hedef pazar seçimi ve takip eden konumlandırma faaliyeti işletmelerin pazardaki boşluğa hitap edecek şekilde yönelmelerini sağlayarak rakiplerine göre farklılaşma imkânı kazandırmaktadır. Ürün konumlandırma stratejileri temelde fiyat, kalite, ürün özelliği, kullanıcı grubu, menşei, kültürel semboller ve rakiplere göre konumlandırma stratejileri olarak sınıflandırılrsa da konumlandırılacak ürün açısından her stratejinin uygulanamadığı görülmektedir. Araştırmaya konu olan akıllı telefon sektörü fiyat,

kalite ve rakiplere göre konumlandırma stratejileri açısından uygun, diğer konumlandırma stratejileri açısından Türkiye koşullarında değerlendirilmesi uygun olmayan bir sektördür.

Ürün konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetlerine olan etkisini inceleyen çalışmada Fred D. Davis tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli (TKM) kullanılmış, orijinal modelde yer alan dış etmenler olarak ürün konumlandırma stratejileri yer almıştır. Araştırmada akıllı telefon kullanıcılarının satınalma eylemini gerçekleştirmelerinden dolayı davranış değişkeni modelden çıkartılmıştır. Kişilerin bir davranışı sergilemeye hazır olarak bulunması anlamına gelen ve gerçek kullanımı belirleyen birincil faktör olan niyetin, araştırmada ürün konumlandırma stratejilerinden doğrudan etkilendiği kabul edilmiştir.

Araştırmada incelenen X kuşağı diğer kuşaklara göre teknolojiyi fazla yoğun kullanamayan, geleneksel alışveriş yöntemlerini kullanan ve satınalma kararlarında öncelikle fiyata sonra kaliteye önem veren bir kuşak olarak tanımlanmaktadır. Araştırmada X kuşağı, nüfus büyüklüklerine bağlı olarak değişen yerleşim yerleri dikkate alınarak analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre Çankırı'da yaşayan X kuşağının satınalma niyetleri üzerinde fiyata göre konumlandırma stratejisi ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin etkili olduğu görülmektedir. Teknik kaliteye göre konumlandırma stratejisi ve rakiplere göre konumlandırma stratejisinin ise satınalma niyeti üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ankara'da yaşayan X kuşağının satınalma niyetlerine etki eden konumlandırma stratejilerinin, Çankırı'da yaşayan X kuşağının satınalma niyetlerine etki eden konumlandırma stratejileri ile aynı olduğu görülmüştür. Her iki yerleşim yerinde de aynı konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetini etkiliyor olması, X kuşağına ait özellikler ile örtüşür şekilde sonuçlanmaktadır. Satınalma kararlarında öncelikle fiyata önem veren X kuşağı için fiyata göre konumlandırma stratejisi satınalma niyetini önemli ölçüde ve olumlu yönde etkilemektedir. Araştırmada X kuşağına ait satınalma niyetine etki eden diğer konumlandırma stratejisi olan tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisinin satınalma niyetini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Tasarım kalitesi olarak araştırmada değerlendirilen tasarımsal özelliklerin gelişmesi halinde, kendine, özgü geleneksel tutumun dışına çıkmak istemeyen X kuşağının tasarım özelliklerinin geliştirilmesine yönelik izlenen konumlandırma stratejilerinden olumsuz etkilendiği görülmektedir. X kuşağı, tasarım özelliklerinin geliştirilmesi halinde söz konusu akıllı telefonların daha da karmaşık ve kullanılması zor hale geleceğinden endişe duymakta ve bu özellikleri satınalma kararlarında olumsuz yönde değerlendirmektedir.

Araştırmada incelenen her iki yerleşim yerinde de aynı konumlandırma stratejilerinin X kuşağının satınalma niyetini etkiliyor olması yerleşim yerinin satınalma karar sürecinde önemli bir etken olmadığını göstermektedir. Nüfus yoğunluğu fazla olan büyükşehirlerde yaşayan kişilerin satınalma karar sürecinde sahip oldukları avantajlar nüfus yoğunluğu daha az olan şehirlerde yaşayan kişilere göre oldukça fazladır. Alternatiflerin çokluğu, tedarikçilerin fazlalığı, mal ve hizmetlere kolaylıkla erişim gibi avantajlara sahip olduğu düşünülen büyükşehirde yaşayan X kuşağından kişilerin satınalma niyetleri ile daha küçük yerleşim yerinde yaşayan X kuşağından kişilerin satınalma niyetleri aynıdır. Bu durum X kuşağının gelişmiş tasarımsal özelliklere sahip bir cihaz kullanmayı tercih etmekten kaçınması ve satınalma kararlarında fiyata yönelik geliştirilen konumlandırma stratejilerinden etkileniyor olmasından dolayı X kuşağının daha çok standart özelliklere sahip cihazları tercih ettiği ve bu cihazlara söz konusu her iki şehirde de kolaylıkla erişilebileceği şeklinde yorumlanmaktadır. Ayrıca gelişen bayi ağı ile günümüzde kişilerin ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlere kolaylıkla ulaşabildiği ve dağıtım fonksiyonun akıllı telefon sektöründe aktif olduğu söylenmektedir.

Bu çalışmanın akıllı telefon sektöründe faaliyet gösteren işletmelere, X kuşağına yönelik konumlandırma stratejilerinden hangilerinin satınalma niyetine etki edeceğini göstermesi yönünden ışık tutması amaçlanmaktadır. İşletmeler X kuşağından tüketicilerin zihinlerinde fiyata göre konumlandırma stratejisi ve tasarım kalitesine göre konumlandırma stratejisi uygulayarak yer edinebilecek ve satınalma niyetlerinde etkili olabileceklerdir. Bu nedenle 40-54 yaş aralığındaki tüketicilere yönelik fiyatı ve ürün tasarımını ön plana çıkartan pazarlama iletişim faaliyetlerinin yürütülmesi olumlu sonuçlar verecektir.

## **5. ÖNERİLER**

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde konumlandırma stratejilerinin belirlenmesinde hedef pazar seçimi, konumlandırma stratejilerinin işletme performansı ile ilişkisi, konumlandırma stratejilerinin memnuniyet, marka bilinirliği ve sadakat üzerine etkisi gibi konuların yoğun olarak yer aldığı görülmektedir. Araştırmada Aaker ve Shansby tarafından geliştirilen konumlandırma stratejilerinden fiyat, kalite ve rakiplere göre konumlandırma stratejileri akıllı telefon sektörü için incelenmiştir. Farklı konumlandırma stratejilerinin de akıllı telefon sektöründe uygulanabilir olması halinde yapılan çalışmanın yeni çalışmalara yol göstermesi amaçlanmaktadır. Ayrıca araştırmanın farklı kuşakların satınalma niyetlerinde konumlandırma stratejilerinin etkilerini içeren çalışmalara da destek vermesi beklenmektedir. Zaman ve maliyet kısıtı açısından sadece iki ilde gerçekleştirilen

anket çalışması farklı bölgelerde yer alan birçok ilde gerçekleştirilerek Türkiye’de X kuşağının satınalma niyetlerinde hangi konumlandırma stratejilerinin etkili olduğu daha kapsamlı incelenebilir. Ayrıca çalışmaya kişilik faktörlerinin de eklenmesi ile konumlandırma stratejilerinin kişilik faktörleri ile olan ilişkisi ve satınalma niyetine olan etkisi de incelenebilir. Sonuç olarak çalışmanın konumlandırma stratejilerinin satınalma niyetine olan etkisini inceleyen az sayıdaki çalışmalardan biri olması nedeniyle konu ile ilgili gelecekteki çalışmalara ışık tutacağı ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



## KAYNAKÇA

Aaker, D. A., Shansby J. G. (1982, Mayıs-Haziran). Positioning your product. *Business Horizons*. s. 56-62.

Agarwal, R., Prasad J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies?. *Decision Sciences*. 3(2), 361-392. doi.org/10.1111/j.1540-5915.1999.tb01614.x

Amin, M., Uthamaputhran, S., Ali, F. (2015). The effectiveness of green product positioning and marketing strategies towards purchase intention in Malaysia, *Int. J. Innovation and Learning*, 17(4). DOI: 10.1504/IJIL.2015.069634

Arkonacı, S. (2012). *Sosyal psikolojide insanları anlamak*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.

Aydınol, P. (2010). *Marka konumlandırma tüketiciler algulama haritaları: bir uygulama*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Baran, T. (2012). *Marka konumlandırma ve üniversite öğrencilerinin cep telefonu tercihinde marka konumlandırmanın etkisi üzerine bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

Berry, L. L. (1982, November/December). Retail positioning strategies for the 80's. *Business Horizons*, 25(6), 50-54. doi.org/10.1016/0007-6813(82)90008-8

Brown, H. E., Sims, J. T. (1976). Market segmentation, product differentiation and market positioning as alternative marketing strategies [Öz]. 483-487, in Bernhardt, K.L.—Marketing: 1776-1976 and Beyond, Educators Conference Proceedings Series No. 39, Chicago: American Marketing Association.

Browne, M. W., Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. (Yay. Haz.) In Bollen, K.A., Long, J.S. *Testing structural equation models*. (s.136-162). California, Newbury Park.

Buskirk, R.K. (1975). *Principles of Marketing* (4. bs.). London: Dryden Press.

Can, B. (2016). *Tüketicilerin online alışveriş davranışları ve bir uygulama*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Cop, R., Candaş, N., Akşit, N. (2012). Stratejik pazarlama kararlarında bölümlendirme, hedef pazar ve konumlandırmanın önemi: Bolu ilinde bulunan otel işletmeleri üzerine nitel bir araştırma, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1(24), 35-52. Erişim adresi: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/154617>

Çelik, H. C., Bindak, R. (2005). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin bilgisayara yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, *Eğitim Fakültesi Dergisi*. 6(10), 27-38, Erişim adresi: <https://trdizin.gov.tr/publication/show/pdf/paper/TnpRek56UTA=>

Çerezci, E. T. (2010). *Yapısal eşitlik modelleri ve kullanılan uyum iyiliği indekslerinin karşılaştırılması*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.

Çetinsöz, B. C. (2015). Yerli turistlerin e-satın alma eğilimlerinin teknoloji kabul modelinde analizi (TKM), *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 14(53), 242-258, Erişim adresi: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70602>

Çivici, T., Kale, S. (2007). *Mimari tasarım bürolarında bilişim teknolojilerinin kullanımını etkileyen faktörler: bir yapısal denklem modeli [Öz]*. İnşaat Yönetimi Kongresi Bildiriler Kitabı, İstanbul. Erişim adresi: <http://www.insaatyonetimi.com/FileUpload/bs82155/File/1553.pdf>

Dabija, D. C., Bejan, B. M., Tipi, N. (2018). Generation X versus millennials communication behavior on social media when purchasing food versus tourist services, *Ekonomie a Management*. 21(1), 191-205. doi:10.15240/tul/001/2018-1-013

Davis, F. D. (1989, Eylül). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*. 13(3). doi: 10.2307/249008

Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology system characteristics, user perceptions and behavioral impacts, *Int'l Journal of Man-Machine Studies*. 38(3), 475-487. doi.org/10.1006/imms.1993.1022

Dibb, S., Simkin, L. (1991). Targeting, segments and positioning, *International Journal of Retail & Distribution Management*. 19(3), 4-10, Erişim adresi: <https://pdfs.semanticscholar.org/6899/a3f6934da8b6468ad9a30137448fe6de8c4d.pdf>

Easingwood, C. J., Mahajan, V. (1989, Eylül). Positioning of financial services for competitive advantage, *Journal of Product Innovation Management*, 6(3), 207-219, [https://doi.org/10.1016/0737-6782\(89\)90032-5](https://doi.org/10.1016/0737-6782(89)90032-5)

Fill, C. (1999). *Marketing communication context and strategies*. (2. bs.). Europe: Prentice Hall.

Guo, X., Hao, A. W., Shang, S. (2011). Consumer perceptions of brand functions: an empirical study in china, *Journal of Consumer Marketing*. 28(4), 269-279, doi.org/10.1108/07363761111143169

Gurlaş, M. S. (2016). *Jenerasyon teorisine göre x ve y kuşaklarının örgütsel bağlılık, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti farklılıklarının incelenmesi: kamuda vergi dairesi çalışanları üzerine bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Hansen, J. C., Leuty, M. E. (2012, Şubat). Work values across generations, *Journal of Career Assessment*. 20(1), 34-52, doi: 10.1177/1069072711417163

Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., Best, R. J. (2007). *consumer behavior: building marketing strategy*. (10. bs.). Irwin: McGraw-Hill.

Hooley G., Broderick A., Moller K. (1998). Competitive positioning and the resource- based view of the firm, *Journal of Strategic Marketing*. 6(2), 97-115, doi: 10.1080/09652549800000003

Jopling, J. (2004). Understanding generations, *Extension Service, West Virginia University*, Erişim adresi: [https://hscinetwork.com/uploads/Understanding\\_Generations\\_West\\_Virginia.pdf](https://hscinetwork.com/uploads/Understanding_Generations_West_Virginia.pdf)

Kalafatis, S., Blankson, C. (2004). The development and validation of a scale measuring consumer/customer-derived generic typology of positioning strategies, *Journal of Marketing Management*. 20(1-2), 5- 43, doi: 10.1362/026725704773041113

Kalafatis, S., Markos, H. T., Charles, B. (2000). Positioning in business markets, *Journal of Business&Industrial Marketing*. 15(6), 416-437, <https://doi.org/10.1108/08858620010349501>

Katz, S. (2017). Generation X: a critical sociological perspective, *Journal of The American Society on Aging*. 41(3), 12-19, Erişim adresi: <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=c226dc94-8085-4d3e-be3d-e72050f68ec9%40pdc-v-sessmgr03>

Kaul, A., Rao, V. R. (1995). Research for product positioning and design decisions: an integrative review, *International Journal of Research in Marketing*. 12(4), 293-320, doi: 10.1016/0167-8116(94)00018-2

Khosrow, M. (2007). *Emerging information resources management and technologies*, USA: Idea Group Publishing.

Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenilirlik katsayısı, *Journal of Mood Disorders*. 6(1), 47-48, doi: 10.5455/jmood.20160307122823

Knight, R. (2014). Managing people from 5 generation, *Harvard Business Review*, Erişim adresi: <http://journals.vstecb.cz/wp-content/uploads/2017/02/The-Current-Generations-The-Baby-Boomers.pdf>

Kocabaş, F., Elden, M. (1997). *Reklam ve yaratıcı strateji: konumlandırma ve star stratejisinin analizi*, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.

Kotler, P. (2003). *Marketing management*, (11. bs.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C., (2005). *Marketing*, Ohio: SouthWestern Colege Pub.

Larsen, N. (2010). Market segmentation, Aarhus School of Business, BA Thesis, Erişim adresi: <https://pure.au.dk/portal/files/11462/BA.pdf>

Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., Zhuang, Y. (2000). Technology acceptance model and the world wide web, *Decision Support Systems*. 29(3), 269-282, doi: 10.1016/S0167-9236(00)00076-2

Lingyun Q., Dong L. (2008). Applying tam in b2c e-commerce research: an extended model, *Tsinghua Science & Technology*. 13(3), 265-272, doi: 10.1016/S1007-0214(08)70043-9

Lissitsa, S., Kol, O. (2016, Temmuz). Generation X vs. generation Y- a decade of online shopping, *Journal of Retailing and Consumer Services*. 31, 304-312, doi: 10.1016/j.jretconser.2016.04.015

- Maggard, J. P. (1976). Positioning revisited, *Journal of Marketing*. 40(1), 63-66, doi: 10.2307/1250678
- Marsh, H. W., Grayson, D. (1995). Latent variable models of multitrait-multimethod data. (Öz), In R. Hoyle Structural Equation Modeling: Concepts, Issues And Applications. 177–198 California: Sage, Grayson, Thousand Oaks.
- Öztürk, A. (2011), *Pazarlama ilkeleri*, Ankara: Gazi Kitabevi,
- Prieto, S., Miguelanez, C. O., Penalvo, G. (2016). Informal tools in formal contexts: development of a model to assess the acceptance of mobile technologies among teachers, *Computers in Human Behavior*. 55(PA), 519-644, doi: 10.1016/j.chb.2015.07.002
- Raines, C. (2002). Managing millennials, *Connecting Generations: The Sourcebook*. Erişim adresi: <http://www.generationsatwork.com/articles/millennials.htm>
- Ries, A., Trout, J. (1986). *Positioning: the battle for your mind*, (1. bs.). New York: McGraw-Hill.
- Ries, A., Trout, J. (2015). *Konumlandırma tüketici zihnini fethetme savaşı*, (Ebru Kızıldağ, Çev.). İstanbul: MediaCat.
- Runyon, K. E., Stewart D. W. (1987). *Consumer behavior and the practice of marketing*, (3. bs.). Columbus, Ohio: Merrill Publishing Company.
- Schermelleh-Engel M., Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures, *Methods of Psychological Research*. 8(2), 23-74, Erişim adresi: [https://www.dgps.de/fachgruppen/methoden/mpr-online/issue20/art2/mpr130\\_13.pdf](https://www.dgps.de/fachgruppen/methoden/mpr-online/issue20/art2/mpr130_13.pdf)
- Schumaker, R. E., Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques*, USA: John Willey & Sons, Inc.
- Shih, P. H. (2004). An emprical study on predicting user acceptance of e-shopping on the web, *Information&Management*. 41(3), 351-368, doi:10.1016/S0378-7206(03)00079-X
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: buying, having, and being*, (12. bs.). England: Pearson.
- Şenel, B. (2011). *Teknoloji kabulünün sanal organizasyonların e-hizmet kalitesine etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Taş, Y., Demirdöğmez, M., Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 7(13), 1032-1048, doi: 10.26466/opus.370345
- Tek, Ö. B. (1984). *Perakende pazarlama yönetimi*, İzmir: Üçel Yayın Dağıtım.

Turan, B., Gürkan, H. (2014). Teknoloji kabul modeli ve sınıf öğretmenleri üzerinde bir uygulama, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*. 6(1), 109-119, Erişim adresi: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=fa451536-a896-482b-83ec-bd5c4fcc3a7%40sdc-v-sessmgr05>

Walters, C. G. (1978). *Consumer behavior: theory and practice*, (3. bs.). Illionis: R.D. Irwin.

Windy, Y. (1982). *Product policy: concepts, methods and strategy*, Boston: Addison- Wesley Publishing

Xia, M., Zhang, Y., Zhang, C. (2018). A-tam based approach to explore the effect of online experience on destination image: a smartphone user's perspective, *Journal of Destination Marketing & Management*. 8, 259-270, doi: 10.1016/j.jdmm.2017.05.002

Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Yorgancılar, N. F. (2015). *Tüketici davranışı nörolojisi*, Konya: Çizgi Kitabevi

Yusoff, W. F., Kian, T. S. (2013). Generation differences in work motivation: from developing country perspective, *International Journal Of Economy, Management and Social Sciences*. 2(4), 97-103, Erişim adresi: <https://pdfs.semanticscholar.org/5cbb/4865afc83f25dbdf0d75f43bcacbf1bab8d1.pdf>

**Citation:** Akçay S. & Uysal M. (2019), Dış Ticaret İşlemlerinin TMS İle İlişkisinin Vergi Usul Kanunu Çerçevesinde Değerlendirilmesi, BMMJ, (2019), 7(1): 257-279 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1064>

## DIŞ TİCARET İŞLEMLERİNİN TMS İLE İLİŞKİSİNİN VERGİ USUL KANUNU ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Serkan AKÇAY<sup>1</sup>

Merve UYSAL<sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 18/12/2018

Accepted (Kabul Tarihi): 18/02/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmada dış ticaret işlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartları'ndan(TMS) hangileriyle daha çok ilişkili olduğundan bahsedilmiş ve ilişkili olan standartların, vergi mevzuatı ile olan uyum ve farklılıklarına değinilmiştir. Globalleşme ile önemli hale gelen dış ticaret işlemlerinden ithalat ve ihracat kavramı, uygulamalarda karışıklık yaratmamak adına uluslararası standartlara uygun şekilde muhasebe kayıtlarına alınmalıdır. Bunun yanında ülkemiz vergi kanunları açısından da uyumluluk göstermelidir. Türkiye açısından büyük önem arz eden kambiyo işlemlerinin hangi muhasebe standartlarıyla ilişkili olduğu V.U. Kanunu açısından değerlendirilerek ilgili kanuna uyumluluğunun değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için, literatür taraması yapılarak, çalışma teorik çerçevede inceleme yapılarak tamamlanmıştır. Sonuç olarak, küreselleşmenin etkisiyle gelişen dış ticaretle birlikte muhasebenin de küreselleşmesi gerekliliği doğmuş ve ülkeler uluslararası standartları benimseyerek dış ticaret ile ilgili muhasebe kayıtlarını oluşturmaya başlamışlardır. Bununla beraber, VUK ile TMS'nin uluslararası standartlarla uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Küçük farklılıkların ise yeni V.U.K. ile giderilmesi zorunluluğu bulunmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebe; Standart; Kambiyo; Türkiye

**JEL Kodları:** M41, M42

## EVALUATION IN TERMS OF THE TAX LAW RELATIONSHIP WITH TURKEY ACCOUNTING STANDARDS OF FOREIGN TRADE TRANSACTIONS

### ABSTRACT

*In this study, we addressed what Turkish Accounting Standards(TAS) the foreign trade transactions legislation. Concepts of import and export, which have gained significance with the globalization, should be more associated with, and the conformity and differences between those associated standards and tax complications in practices. In addition, it also should comply with our country's tax laws. It has been aimed to assess what accounting standards the foreign trade transactions constituting a great importance for Turkey are associated with in terms of Tax Procedure Law, and to evaluate their compliance with the applicable law. For this purpose, with a literature review, the study was completed by examining within theoretical frame. As a result, along with the foreign trade that has developed with the effect of globalization, there has arisen a necessity for globalization of accounting as well; and countries have embraced international standards and started to create their accounting records regarding the foreign trade. However, with Tax Procedure Law, Turkey Accounting Standard has been found to be consistent with international standards of accounting standards. Minor differences have to be fulfilled by the new Tax Procedure Law.*

**Keywords:** Accounting, Standard, Foreign Trade, Turkey

**JEL Codes:** M41, M42

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, [serkan.akcay@artvin.edu.tr](mailto:serkan.akcay@artvin.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0003-0646-4239>

<sup>2</sup> Y. Lisans Öğrencisi, Artvin Çoruh Üniversitesi, [merve280889@hotmail.com](mailto:merve280889@hotmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-7315-5682>

## 1. GİRİŞ

Muhasebede kayıt tutarken bu kayıtları muhasebe standartlarına uygun olarak tutmak, başka ülkelerle olan ilişkilerimizde, ticari ilişkileri daha uyumlu bir hale getirir. Dış ticaret; ülkelerin kendi hudutları içerisinde üretemedikleri veya diğer ülkelerle karşılaştırıldığında daha yüksek tutarlarla ürettikleri mal ve hizmetleri talep etmeleri ya da başka ülkelere kıyasla daha uygun fiyata üretildikleri mal veya hizmetleri sunmalarıdır (Turna, 2015: 3). Bu tanımın oluşumundaki sebep; diğerlerinden bağımsız iki bağımsız ülkenin mevcudiyetidir. Dış ticaret işlemleri, ihraç ve ithalat işlemlerinden meydana gelir. İhracat kavramı İhracat Yönetmeliği'nde; bir malın veya bu malın değerinin yürürlükte geçerli olan ihraç ve gümrük kanununa uygun olarak fiili olarak ihracatın yapılması ve kambiyo kanununa uygun şekilde ihraç tutarının ülkeye getirilmesi sırasında yapılan işlemler olarak tanımlanmaktadır. İthalat kavramı ise; malın ithalat ve gümrük mevzuatına uygun olarak ülkeye getirilmesi sırasında yapılan işlemler şeklinde tanımlanmaktadır. Tanımlardan anlaşıldığı üzere, İthalat işlemi yapılırken yabancı bir ülkeden bir mal veya hizmet girişi, ihraç işlemi yapılırken tersi bir işlem gerçekleşmektedir (Ortaç, 2010: 5).

Dış ticaret işlemlerinin muhasebesinde, dış ticarete konu olan malın maliyet ve birim fiyatları gerçeği yansıtır şekilde belirlenerek kayda alınması önemli bir husustur. Son dönemde küreselleşmenin de etkisiyle giderek artış gösteren dış ticarete yapılan işlemlerin uygun bir şekilde muhasebe kayıtlarına alınması gerek kambiyo yapan işletme gerekse ticarete bulunduğu işletme açısından önemlidir (Ağsakal, 2016: 69).

Muhasebe işlemlerinin uluslararası ilişkilerde önemli bir hale gelmesi, finansal bilgilerin raporlanma, açıklanma ve uygulanma konularında bazı sorunlar ortaya çıkarmıştır. Bu sorunlar uyum sorunu olarak tanımlanmıştır. Bu problemin çözülebilmesi amacıyla muhasebe alanında uyum çalışmaları yapılması gerekmiştir. Bu nedenle uluslararası boyutta genel kabul görecektir Muhasebe Standartları oluşturmak için hazırlıklara başlanmıştır. Muhasebe standartları, uygulayıcılar ve finansal tablo kullanıcıları bakımından muhasebe uygulamalarının metodunu belirleyerek, finansal bilgilerin doğruluğu, güven verilebilirliği ve karşılaştırılabilir olmasına olanak vermektedir (Yılmaz,2007: 140). Bu nedenlerle ülkemizde, muhasebe standartlarına uyumlaştırma çalışmaları için Türkiye Muhasebe Standardı Kurulu kurulmuştur. Kurul, 31.12.2005 tarihinde çeşitli standartlar yayınlamaya yürürlüğe girmiştir (Erdoğan ve Dinç, 2009: 154).

Kamu Gözetimi Kurumu (KGK) ise, kamu gözetimi konusunda uluslararası gelişimden

dolayı yeni T.T.K.'ya göre istenmiş olan bağımsız denetim konusunda düzenleme yapmak üzere 660 sayılı K.H.K. ile 2 Kasım 2011'de faaliyete başlamıştır. Özerkliğe sahip bir üst kurul olarak kurulmuştur ve Başbakanlığa bağlıdır. KGK'nın esas gayesi, sermayedarların menfaatlerini ve denetim raporlarının gerçeğe uygun ve bağımsız bir şekilde oluşturulmasıyla alakalı kamu faydasını muhafaza etmek ile gerçek, güvenilir ve kıyaslanabilir mali bilgilerin sunumunu gerçekleştirmektir. Bu amaçta ilk önce bankalar, borsa ve sigorta şirketleri olmak üzere belirlenmiş olan büyük çaplı şirketlerin denetimlerini gözetlemek ve takip etmek için kurulmuştur. KGK'nın görevleri özetle şunlardır ([www.kgk.gov.tr](http://www.kgk.gov.tr)):

- Bağımsız denetçilere ve bağımsız denetim şirketlerine yetki vermek.
- Bağımsız denetimde kamu menfaatinin izlenmesi ve böylece uygulamanın birliğinin, bağımsız denetimde gerekli güven ve kalitenin sağlanması.
- Uluslararası muhasebe standartlarına uygun Türkiye Muhasebe Standartları oluşturmak ve yayınlamak.
- Türkiye'deki denetim standartlarının uluslararası standartlara uyumunu sağlamak ve yayınlamaktır.

TMS/TFRS'ler IASB aracılığıyla yayımlanan UMS/UFRS'lerin Türkçe tercümelerinden oluşmaktadır. 2001 senesinden sonra yayımlanmış olan uluslararası muhasebe standartları, "IAS" yerine "IFRS" ismini almıştır. Bu çerçevede, TMS'ler IAS'lerin; TFRS'ler ise IFRS'lerin birebir Türkçe çevirilerini ifade etmektedir. Dolayısıyla TMS'ler ve TFRS'ler arasında bağlayıcılık konusunda bir fark yoktur ([www.kgk.gov.tr](http://www.kgk.gov.tr)).

Türkiye'de TFRS tam set ve KOBİ seti diye ikiye ayrılmıştır. Fakat KGK, KOBİ TFRS setinin yerine TFRS'ye daha yakın BOBİ-FRS yürürlüğe girmiştir. KOBİ TFRS 2010 senesinde resmi gazete ile yürürlüğe girmesine rağmen uygulama fırsatı olmamıştır. BOBİ-FRS yürürlüğe girene kadar KGK tarafından çıkarılan 41 sayılı karar gereği KAYİK isimli (Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluşlar) kurumlar için TFRS'yi zorunlu hale getirmiştir. KAYİK dışındaki işletmeler için ise ek hususlar olarak adlandırılan raporlama şeklini uygun görmüştür. Özetle, KGK, BOBİ-FRS öncesi KAYİK dışındaki kuruluşlar için MSUGT (Muhasebe Sistemi Uygulama Tebliği) ek hususların ilave edilmesiyle bağımsız denetim yapılmasını uygun bulmuştur. Bu defa KGK 56 sıra sayılı tebliğ ile 1 Ocak 2018 tarihinden sonra yapılacak olan bağımsız denetimlerde kullanılmak için BOBİ-FRS isimli standardı çıkarmıştır. KAYİK dışındaki kuruluşlar 2017 yılı denetimleri için son kez MSUGT'ne ek hususları 41 sayılı açıklamaya uygun olmak şartıyla yapabileceklerdir. 2018 yılı muhasebe dönemi için ve daha



sonrasında TFRS uygulamak mecburiyetindeki kuruluşlar haricindekiler BOBİ-FRS'yi uygulamak mecburiyetindedirler. BOBİ-FRS uygulamadan direkt olarak TFRS uygulamak mümkündür. Fakat seçim yapılmasından itibaren iki yıl sistem değişikliği yapılamamaktadır (<http://www.istanbulymmo.org.tr>).

**Tablo 1.** BOBİ FRS ve TMS/TFRS Karşılaştırma Tablosu

<b>BOBİ FRS Bölümler</b>	<b>TMS/TFRS</b>
Bölüm 1 Kavramsal Çerçeve ve Finansal Tablolar	Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu
Bölüm 2 Nakit Akış Tablosu	TMS 7 Nakit Akış Tabloları
Bölüm 3 Muhasebe Politikaları, Tahminler ve Yanlışlıklar	TMS 8 Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar
Bölüm 4 Raporlama Döneminden Sonraki Olaylar	TMS 10 Raporlama Döneminden (Bilanço Tarihinden) Sonraki Olaylar
Bölüm 5 Hasılat	TMS 18 Hasılat TMS 11 İnşaat Sözleşmeleri TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat
Bölüm 6 Stoklar	TMS 2 Stoklar
Bölüm 7 Tarımsal Faaliyetler	TMS 41 Tarımsal Faaliyetler
Bölüm 8 Maden Kaynaklarının Aranması ve Değerlendirilmesi	TFRS 6 Maden Kaynaklarının Araştırılması ve Değerlendirilmesi
Bölüm 9 Finansal Araçlar Ve Özkaynaklar	TFRS 7 Finansal Araçlar: Açıklamalar TMS 32 Finansal Araçlar: Sunum TMS 39 Finansal Araçlar TFRS 9 Finansal Araçlar
Bölüm 10 İştiraklerdeki Yatırımlar	TMS 28 İştiraklerdeki ve İş Ortaklıklarındaki Yatırımlar
Bölüm 11 Müşterek Girişimlerdeki Yatırımlar	TFRS 11 Müşterek Anlaşmalar
Bölüm 12 Maddi Duran Varlıklar	TMS 16 Maddi Duran Varlıklar
Bölüm 13 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller	TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller
Bölüm 14 Maddi Olmayan Duran Varlıklar	TMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar
Bölüm 15 Kiralamalar	TMS 17 Kiralama İşlemleri
Bölüm 16 Devlet Teşvikleri	TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklaması
Bölüm 17 Borçlanma Maliyetleri	TMS 23 Borçlanma Maliyetleri
Bölüm 18 Varlıklarda Değer Düşüklüğü	TMS 36 Varlıklarda Değer Düşüklüğü
Bölüm 19 Karşılıklar, Şarta Bağlı Yükümlülükler ve Şarta Bağlı Varlıklar	TMS 37 Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar
Bölüm 20 Yabancı Para Çevrim İşlemleri	TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri
Bölüm 21 İş Birleşmeleri	TFRS 3 İşletme Birleşmeleri
Bölüm 22 Konsolide Finansal Tablolar	TFRS 10 Konsolide Finansal Tablolar
Bölüm 23 Gelir Üzerinden Alınan Vergiler	TMS 12 Gelir Vergileri
Bölüm 24 Ara Dönem Finansal Raporlama	TMS 34 Ara Dönem Finansal Raporlama
Bölüm 25 Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama	TMS 29 Yüksek Enflasyonlu Ekonomilerde Finansal Raporlama
Bölüm 26 Dipnotlar	TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu
Bölüm 27 Geçiş Hükümleri	TFRS 1 Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulaması

**Kaynak:** Gücenme, 2017: 3.

Standartların gelişimiyle beraber, günümüzde ekonominin de küreselleşmesi ve cari açığın da ekonomi açısından büyük önem taşıması nedeniyle kambiyo işlemleri önemli ölçüde artmıştır. Türkiye ise cari açık sorunuyla karşı karşıya olduğundan dolayı kambiyo işlemleri

Türkiye açısından daha da büyük önem arz etmektedir.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Akpınar, A. ve Gürel, A.B. (2015) çalışmalarında “TMS 18” hasılat standardının, tüm prosedürleri detaylı bir şekilde değerlendirerek ve yerine getirilen fiillerin gerçeğe uygun olan değeri ile mali tablolara aktarılmasında uyulması gerekli şartları belirtmiştir. Muhasebe Standartlarının gayesinin mali tabloların geççeğe uygun, şeffaf, güvene dayalı ve kıyaslanabilir olması şartıyla “TMS 18” hasılat standardının en mühim unsurun hasılatın gerçeğe uygun değeri olduğundan bahsetmiştir.

Avcı, A. ve Avcı Ö.B. (2016) çalışmalarında dönen varlıkların büyük oranını kapsayan stoklar hesabını incelenmiştir. V.U. Kanunu ve TMS kapsamında, borçlanma maliyetlerinin içerdiği vade ve kur farkları, kredi faizleri çalışmanın uygulama kısmında ele alınmıştır. Her iki uygulama arasındaki farklılıklara dikkat çekmişlerdir.

Ceran, Y. ve Ortakarpuz, M. (2013) çalışmalarının sonucunda, genellikle kambiyo işlemlerinin muhasebeleştirilmesi bakımından güncel muhasebe uygulamaları ve uluslararası muhasebe standartları ile uyum içinde olan TMS arasında önemli bir farklılığın bulunmadığı, fakat kurlarda meydana gelen farkların mali raporlarda sunulması yönünden çeşitli farklılıklar olduğuna dair tespitlerde bulunmuştur.

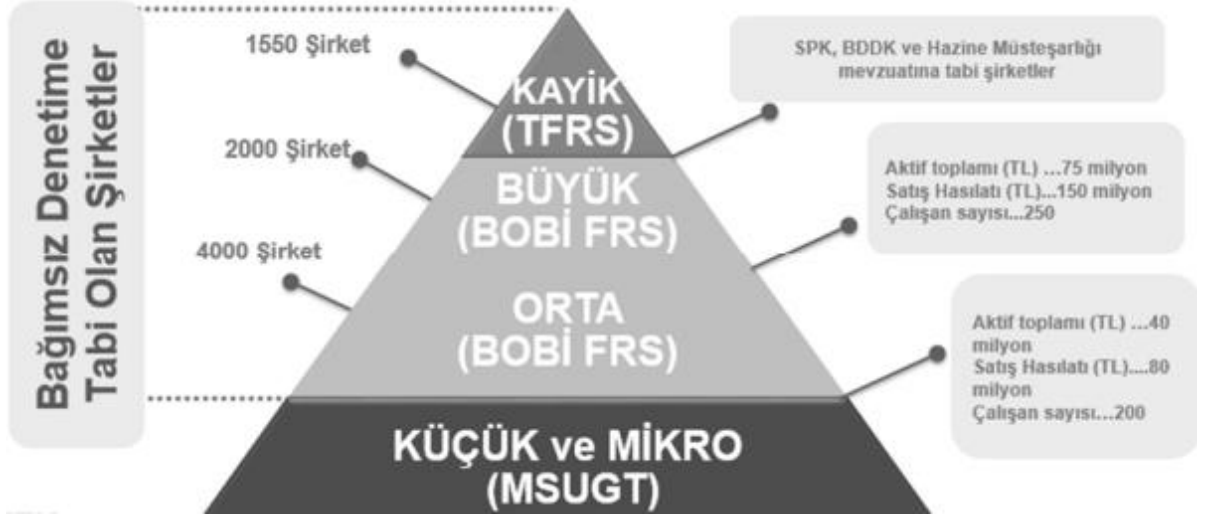
Ceran, Y. ve Ortakarpuz, M. (2014) çalışmalarının sonucunda ihracattan kaynaklanan gelirin mali tablolara aktarılmasında ve satışla alakalı diğer işlemlerde, fiili ihracatın gerçekleştirilmesi mecburiyeti bulunduğunu belirtmişlerdir.

Kökeş, E. ve Ünal, T. (2014) çalışmalarında muhasebe uygulamada sıklıkla karşılaşılan kambiyo politikalarının neler olduğunu ve bu politikaların Türkiye’deki ve Dünya’daki potansiyelini ve standartların incelenmesi neticesinde kambiyo şirketleri için en mühim standardın “TMS 18” Hasılat standardı olduğunu belirtmiştir. Ve yine, ihraç işlemlerine devlet teşvik ve devlet yardımı yapıldığından dolayı, “TMS 2” Standardının da ihracatçılar açısından etkili olduğundan bahsedilmiştir.

Maç, M. (2010) çalışmasında mevzuat olarak faturanın düzenlenme tarihinin, gerek vergi, gerekse muhasebe açıdan gelirin elde edildiği tarih olduğundan bahsetmiştir. İhraç işlemlerinde ise gelirin elde edildiği tarihin, ihracatla ilgili faturadaki tarihle aynı olmayan bir tarih olabileceğinden bahsetmiştir ve bu ilkedeki istisnayı bu durumun oluşturduğunu belirtmiştir.

### 3. DIŞ TİCARETLE İLGİLİ MUHASEBE STANDARTLARI

Ülkemizde dış ticarete oluşan farklılıkları gidermek amacıyla oluşturulan TMS, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun yürürlüğe girmesiyle, belirli kapsamdaki işletmeler için uygulanması zorunlu hale gelmiştir. Standart türlerine göre bağımsız denetime tabi şirketlerin ayrımı Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Standart Türlerine Göre Bağımsız Denetime Tabi Şirketler

Kaynak: Gökçen vd., 2018: 441.

Kambiyo işlemleri muhasebesinde en çok ihtiyaç duyulan Muhasebe Standartları aşağıda açıklanmıştır.

#### 3.1. TMS 2 Stoklar Standardı

Stoklar ile ilgili muhasebe işlemlerini açıklamak “TMS 2” Stoklar standardının amacıdır. Stokların muhasebeleştirilmesinde temel mevzu, stokların bir varlık olarak muhasebeleştirilmesi, kullanılması ve elden çıkarılması gerçekleştirilecek gelirler ile karşılaştırılabilir maliyetlerin belirlenmesidir. Standart, stok maliyetlerinin saptanmasını ve maliyete dönüştürülmesini net gerçekleştirilebilir değere indirgeyerek açıklar. Ek olarak standart, stok maliyetlerinin oluşumu, içeriği ile ilgili uygulanacak değerlendirme metodlarını belirtir (“TMS 2”, Md.:1).

Bu standart, tarımsal uygulamalar ve kullanılan araçlar ile alakalı canlı varlıklar ve hasat sırasındaki ürünler dışında kalan tüm stoklar için uygulanır (“TMS 2”, Md.: 2).

Dış ticareti ilgilendiren yönü ile stoklar standardı, dış ticareti ilgilendiren malın muhasebede nasıl kaydedilmesi gerektiğini belirtmektedir (Ağsakal, 2015: 274).

Stoklar standardını açıklarken, standartta geçen bazı tanımlardan da bahsetmek gerekmektedir. Bu tanımlar (“TMS 2”, Md.:6);

Stoklar: İş akışı içerisinde satılması için elde bulunan, üretilen veya üretim aşamasında olan ya da hizmet sunumunda kullanılan ilk madde ve malzeme şeklindeki varlıklardır.

Bu çerçevede kambiyo ile ilgili stoklar standardı ile ilgili olabilecek MSUGT’ne göre kullanılabilir temel hesaplar şunlardır (Toroslu, 2010: 14);

150. İlk Madde ve Malzeme Hesabı

151.Yarı Mamuller

152. Mamuller

153.Ticari Mallar

157.Diğer Stoklar

### **3.1.1. Dış Ticaret İşlemlerinde TMS 2 Stoklar Standardı**

Kambiyo işlemlerinin uygulanmasında, firmaların gerçekleştirdiği ticari faaliyetlerin asıl kaynağının stoklar olmasından dolayı, stoklar konusu önem arz etmektedir. Ticari mal satışı ya da hizmet karşılığında satış işleri stok kalemlerinde kayda alınmalıdır. Satış yaparak gelir sağlamak veya ihtiyaç duyulanı satın alarak bu ihtiyacı gidermek, kambiyo işlemlerinin en temel amacı olmasından dolayı stoklar sürekli olarak kullanılan hesap grubudur (Ortaç, 2010: 112).

Stoklar, kullanılmaları ya da satılmaları sonucunda bir tutar elde edilmektedir. Eğer bu tutar, elde edilmesi beklenen değer üstünde bir bedel ile elde edilirse, mali tablolarda bunun izlenmesi güç olacak ya da mümkün olmayacaktır. Bu nedenle stoklar maliyet veya net gerçekleşebilir değerden küçük olan değer ile değerlendirilmektedir (Kökeş ve Ünal, 2014: 47).

Stokların maliyeti; tüm satın alma, dönüştürme, mevcut konuma ve durumuna getirilmesi için gerekli giderlerden oluşmaktadır (Akın, 2010: 317).

Bazı durumlarda stokların maliyeti, geri karşılanamayabilir veya stok maliyeti daha yüksek olabilir. ”TMS 2” 'ye göre bu durumlara verilen örnekler (Toroslu, 2010: 85);

- Stokların hasara uğraması,
- Stokların tamamen veya kısmi zarara uğrayarak kullanılmaz hale gelmesi,
- Satış fiyatlarında meydana gelen düşüş,

- Tahmini üretim maliyetlerindeki artış,
- Tahmini satış maliyetlerindeki artış, şeklindedir.

“TMS 2” ye göre, stoklar tamamen veya kısmen hasara uğrarsa ya da satış fiyatında düşme meydana gelirse stok maliyeti net gerçekleşebilir değerden daha yüksek çıkabilir. Öte yandan bu durum, tahmini üretim maliyetleri ve tahmini satış maliyetlerinin artması sonucunda da meydana gelebilmektedir. Yöntemin esasında ihtiyatlılık ilkesi yer almaktadır (Hale, 2010: 324).

### 3.1.2. Stokların Vergi Usul Kanunu (VUK) ve TMS'ye Göre Karşılaştırılması

Vergi Usul Kanunu’nda (VUK) “emtia”, TMS/UMS 2’de ise “stok”, firmaların satmak, üretmek ya da hizmet sunmak adına iktisap etmiş oldukları kıymetler olarak isimlendirilmiş ve bunların değerlemesine yer verilmiştir (Kuzu, 2011: 104).

Vergi matrahının doğru bir şekilde hesaplanması, VUK hükümlerine göre hazırlanan finansal tablolaradaki temel amaçtır. Bu yüzden tüm paydaşlara yeterli bilgi verilmesi konusuna önem verilmemiştir. Bu durum finansal nitelikteki işlemlerin muhasebeleştirilmesi bakımından VUK'a ve TMS'ye göre birtakım farklılıklar göstermektedir.

Satın alma maliyetlerinin belirlenmesinde VUK ve “TMS 2” Stoklar standardına göre indirim konusu yapılabilecek olan değerler ticari iskontolar ve indirimlerdir. VUK’da zorunlu tutulan husus, emtiadan kaynaklanan kur farkları ile ilgilidir. Emtianın satın alınarak işletmenin stok kalemlerine girdiği tarihe kadar intikali zorunludur (Kuzu, 2011: 105).

“TMS 2” stoklar standardına göre; stoklar ilk muhasebeleştirilmede maliyet bedeline göre değerlendirilir. İlk kayıtlarda VUK ile aralarında bir fark yoktur. Maliyetlerin belirlenmesinde ise “TMS 2” standardı normal maliyet yönteminin uygulanmasını benimserken VUK ise tam maliyet yöntemini benimsemiştir (Ağsakal, 2015: 276). Tam maliyet esasında, genel üretim maliyetlerinde sabit ve değişken maliyet ayrımı olmamasından dolayı, birim maliyetlerde dönemler itibariyle farklılıklar meydana gelmektedir, “TMS 2” stoklar standardı bu ayrımı gidermek için genel üretim maliyetlerinde sabit ve değişken ayrımına gitmiştir (Boyar ve Güngörmüş, 2006: 7).

Stoklar VUK hükümlerine göre sadece maliyet bedeli ile değerlendirilir oysa “TMS 2”ye göre stoklar, maliyet bedeli ile net gerçekleşebilir değerden küçük olanıyla değerlemeye tabi tutulur. VUK.’un 275. maddesi maliyet bedelinin hangi kalemlerden meydana geldiğini açıklar. Bahsedilen kalemler (Küçük, 2014: 34):

- Mamulün üretilmesi aşamasında kullanılan hammadde,
- Mamule denk gelen işçilik,
- G.Ü.G.'den mamule ayrılan pay,
- Genel yönetim maliyetlerinden mamule ayrılan pay.

Yan ürün değerlendirilmesinde ise TMS, net gerçekleşebilir değeri öngörürken, VUK'nun 278.maddesine göre emsal bedel ile değerlendirilir.

“TMS 2”ye göre, stoklarda maliyet hesaplamada, LIFO(Son Giren İlk Çıkar) haricinde hesaplama işlemi gerçeğe en yakın yöntem kullanılarak yapılır. Aynı şekilde VUK 274.maddesinde yer alan LIFO(Son Giren İlk Çıkar) yöntemini 2004 tarihinde çıkartarak stoklarda maliyet hesaplanmasında mümkün olan hesaplama yöntemlerinin kullanılacağını belirterek bir sınırlama yoluna girmemiştir (Ağsakal, 2015: 276).

### **3.2.TMS 16 Maddi Duran Varlıklar Standardı**

Bu standarttaki temel amaç, işletmenin maddi duran varlıklardaki yatırımını ve bu yatırımdaki değişimleri belirleyebilmeleri için maddi duran varlıklarla ilgili muhasebe işlemlerini finansal tablo kullanıcılarının düzenlemesidir. Varlıkların muhasebeleştirilmesi, defter değerinin belirlenip ilgili tablolara yansıtılması gerekli amortisman tutarı ve değer düşüklüğü zararları maddi duran varlıkların muhasebeleştirilmesi işleminde ana hususlardır (“Tms16”, Md.:1).

Maddi duran varlıklar standardında geçen tanımlar ise şunlardır (Tms16, Md.:6);

Taşıyıcı bitki:

- a. Tarımsal ürünlerin üretilmesi veya temin edilmesi amacıyla kullanımı,
- b. Bir dönemden çok ürün vermesinin umulması,
- c. Değersiz kalıntı satışları dışında tarımsal ürün olarak satılma olasılığının düşük olması özellikleri bulunan canlı bir bitkidir.

Maddi duran varlıklar:

- a. Mal veya hizmet üretimi veya sunumunda kullanılmak, üçüncü kişilere kiraya verilmek ya da idari amaçlar kapsamında kullanılmak üzere bulundurulmuş ve
- b. Bir dönemden daha fazla kullanımı umulan, fiziki kalemler olarak ifade edilmektedir.

### 3.2.1. Dış Ticaret İşlemlerinde TMS 16 Standardı

Maddi duran varlıkların elde edilmesinde, yurtiçi kaynakların kullanılabilmesi gibi yurtdışı kaynakları da kullanmak mümkündür. Yurtdışından ithal edilecek maddi duran varlıkların muhasebe işlemlerine ilişkin kurallar, standardın kambiyo işlemleri ile olan bağlantısını da ortaya çıkarmaktadır. Yurtiçinden veya yurtdışından elde edilen maddi duran varlıkların muhasebesinde önemli farklılıklar bulunmamaktadır (Ortaç, 2010: 125).

Maddi duran varlıkların ülke içinden ya da ülke dışından işletmeye katılması durumunda yapılacak muhasebe kayıtları arasında pek bir farklılık bulunmamaktadır. Ülkeye ithalat yapılarak alınan maddi duran varlık için gümrük vergisi ödenmektedir, ödenen vergi maddi duran varlığın maliyetine eklenir. Maliyet bedeli, maddi duran varlıkları muhasebeleştirirken işletmeler tarafından kolaylıkla ölçülebilmektedir. Ancak, standardın uyguladığı yeniden değerlendirme yöntemine göre dönem bitimlerinde üzerinden indirilecek olan gerçeğe uygun değeri belirlemek oldukça güçtür (Ortaç, 2010: 129).

### 3.2.2. Maddi Duran Varlıkların TMS ve Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu

Maddi duran varlıklar TMS ve vergi kanunlarında birtakım farklar vardır. Maddi duran varlıklarda alış giderleri TMS'ye göre; ilgili duran varlığın maliyet bedeline eklenmelidir. VUK'da ise bazı alış giderleri maliyet bedeline eklenebileceği gibi doğrudan gider olarak da yazılabilir diyerek seçimlik bir hak tanınmıştır (Kaya ve Atasel, 2017: 141).

Ek olarak maddi duran varlıklarda amortisman konusu önemlidir. Bu açıdan bakıldığında standart ile vergi mevzuatı arasında amortisman ile ilgili farklılıkları beş başlık altında toplanabilir. Bunlar (Tuğay, 2013: 176);

- Amortisman Ayırma Koşullarında Farklılıklar: Her iki düzenlemede de amortisman ayırmak için maddi duran varlığın işletmede bir yıldan çok kullanılmış, yıpranmış, aşınmış veya kıymetten düşmüş, aktife kayıtlı ve kullanıma hazır olma şartı aranmaktadır. Ancak “TMS16”ya göre; satış amaçlı bulunan maddi duran varlıklarla, gelecekte ekonomik faydası bulunmayan duran varlıklarda amortisman ayırma işlemi durdurulurken, V.U. Kanununa göre amortisman ayrılmaya devam edilebilir. Amortisman ayırma TMS de zorunluysa, V.U. Kanununda ihtiyaridir.

- Amortisman Tabi Tutarda Farklılıklar: Amortisman tabi tutar standartta; amortisman tabi varlığın maliyet bedelinden kalıntı değer çıkarıldıktan sonraki tutar olarak hesaplanır oysa kanun maliyet bedelini esas almaktadır. Varlığı elde ederken meydana çıkan vade farkları standarda göre, varlığın maliyetine eklenmediğinden dolayı vade farksız tutar

üzerinden amortisman ayrılırken, VUK göre maliyete eklendiğinden dolayı vade farkı eklenerek toplam tutar üzerinden amortisman ayrılır. Bir diğer fark ise finansman maliyetleridir.

• Amortisman Oranı ve Süresinde Farklılıklar: Standartta yararlı ömür ve kalıntı değer tahmini olarak her yıl incelenir, kanunda ise yararlı ömür olağanüstü durumlar hariç sabittir. Her iki düzenlemede de normal amortisman oranı azalan bakiyeler yöntemindeki oranın yarısıdır ancak kanun bu oranın % 50'yi aşamayacağını belirtmiş, standart ise bir sınır koymamıştır.

• Amortisman Tutarının Hesaplanmasında Farklılıklar: Standartta, tüm Maddi Duran Varlıklar için kıst amortisman yöntemi esasken, kanunda kıst amortisman sadece binek otomobillere uygulanacak bir yöntemdir.

• Amortisman Yönteminde Farklılıklar: Standartta kullanılabilir yöntemler; normal amortisman, azalan bakiyeler ve üretim miktarı yöntemi olarak sıralanmaktadır. Kanun üretim miktarı yöntemini öngörmemiştir. Standart, umulan tüketim hareketlerinde farklılık olmadığı sürece amortisman yönteminin değiştirilmemesi gerektiğini vurgulamış, kanun ise; normal amortisman yöntemi uygulanıyorsa daha sonra azalan bakiyeler yöntemine geçilemeyeceğini fakat bunun tersinin mümkün olduğunu belirtmiştir. Ayrıca kanunda azalan bakiyeler yöntemi yalnız bilanço usulüne göre defter tutanlar için geçerliken, standart defterlerini TMS/TFRS'ye göre tutan tüm işletmeler için öngördüğü hükümleri uygular.

### **3.3. TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı ve BOBİ TFRS Hasılat Standardı**

TMS 18 Hasılat Standardı 1 Ocak 2018'den itibaren kaldırılmış ve bu tarih itibarıyla TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı yürürlüğe girmiştir ([www.kgk.gov.tr](http://www.kgk.gov.tr)).

Hasılat standardının Türkiye'deki gelişimi tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Hasılat Standardının Türkiye'deki Gelişimi

YIL	DÜZENLEME
1997	TMUDESK tarafından IAS 18 ile uyumlu TMS 4 Satışlar ve Diğer Olağan Gelirler Standardı yayımlandı.
2003	SPK tarafından IAS 18 ile uyumlu Kısım 5 Hasılat Standardı yayımlandı.
2005	TMSK tarafından TMS 18 Hasılat Standardı yayımlandı.
2016	KGK tarafından TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı yayımlandı. Yürürlük tarihi, 1 Ocak 2018 olarak belirlendi.
2018	TMS 18 Hasılat Standardı yürürlükten kaldırılmıştır.

**Kaynak:** Ataman ve Cavla, 2017: 407.



Bu standardın amacı, müşteriyle yapılmış olan bir kontrattan meydana gelen hasılatın ve nakit akışlarının niteliği, tutarı, zamanlaması ve belirsizliği ile alakalı yararlı bilgilerin mali tablo kullanıcılarına raporlanmasında işletmenin uygulayacağı ilkeleri düzenlemektir (“TFRS 15”, Md.:1).

TFRS 15 standardı özetle beş safhadan meydana gelmektedir. İlk kademedeki işletmeler sözleşmeleri tanımlama işlemlerini yerine getirir. İkinci aşamada ise, edim yükümlükleri tanımlanır. Üçüncü aşamada işlem bedeli belirlenir. Dördüncü aşamada ise, işlem bedeli sözleşmedeki edim yükümlülüklerine dağıtılır. Son kademedeki ise, hasılat finansal tablolara aktarılır.

Bölüm 5 hasılat standardında; TMS 18 Hasılat ve TMS 11 İnşaat Sözleşmeleri standartlarında yer alan düzenlemeler ile uyumludur. BOBİ FRS Bölüm 5’in muhasebe standartlarındaki düzenlemelerden ayrılan en önemli farklılığı, vade farklarının ayrıştırılması konusundadır. TMS 18’de hasılat tutarından tüm vade farkları süreye bakılmaksızın ayrıştırılmakta iken, BOBİ FRS’de hasılat tutarının bir yıl veya daha kısa sürede tahsil edilmesinin öngörülmesi durumunda vade farkları ayrıştırılmamaktadır. Bir yıldan uzun vade farkları söz konusu ise vade farkı, etkin faiz yöntemine göre ayrıştırılmakta ve faiz geliri olarak muhasebeleştirilmektedir. 1 Ocak 2018’den itibaren TMS 18 Hasılat standardının yerini alacak TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat standardı ve bu standartta yer alan beş aşamalı model, uygulamada büyük ve orta boy işletmeler açısından güçlük yaratabileceği için BOBİ FRS Bölüm 5, TFRS 15 yerine TMS 18 ile uyumlaştırılmıştır (Ataman ve Cavlak: 2017: 159-160).

### 3.3.1. Dış Ticaret İşlemlerinde TMS 18 Hasılat Standardı

İşletmelerin kambiyo faaliyetleri sonucunda meydana gelen hasılatın doğru ve güvenilir bir biçimde ölçülebilmesi gerekir. Dış ticaret yurtiçi ticarete nazaran daha karmaşık işlemlere sahiptir, bu nedenle dış ticarete, hasılat kavramı herhangi bir karışıklığa neden olmayacak şekilde açıklanmalıdır (Ağsakal, 2015: 277).

“TMS 18” Hasılat standardına kambiyo işlemleri bakımından baktığımızda ilk olarak teslim şekilleri açısından farklılıklar vardır. Standartta geçen malların sahipliği ile ilgili risk ve getirilerin alıcıya devredilmesinde teslim tarihinde veya risk ve getirinin alıcıya geçtiği zamanda hasılat kayıt altına alınmalıdır. Örnek olarak; bir ihraç işletmesinin teslim şekli CPT( Taşıma ödenmiş olarak) ise, hasılatın oluşma şartının yerine gelmesi için, malların taşıma ücreti ödenerek ilk taşıyıcıya devredilmesi gerekmektedir. Ayrıca vergi mevzuatına göre hasılat

kaydının fiili ihraç tarihinde yapılması gerekmektedir.

Kambiyo işlemleri açısından önemlilik arz eden bir diğer konu ise; dış ticarete ödeme şekillerinde, vadeli olarak gerçekleştirilen satışların hasılat tutarındaki payının vade farkları ayrıştırılarak vade boyunca itfa edilerek kar veya zarara yansıtılmasıdır. Dış ticarete peşin veya vadeli satış yapılabilir. Vadeli satışlarda bugünkü değer hesaplaması kullanılmaktadır çünkü nakit girişi farklı bir zamanda gerçekleşebildiği için, paranın zaman değeri dikkate alınarak değer düzeltilmesi yapılması gerekir (Gökgöz, 2015: 114-115).

### **3.3.2. Hasılatın VUK ve TMS'ye Göre Karşılaştırılması**

“TMS 18” hasılat standardına göre; Hasılatın finansal tablolara yansıtılabilmesi için, yapılan işlemlerin ekonomik yararlarının işletme tarafından sağlanma olanağının bulunması gerekmektedir. Ancak ekonomik yararlar tahsilat işlemi gerçekleşene kadar ya da belirsizlik ortadan kalkana kadar, bu durum olası olmayabilir. Örnek olarak; Yabancı bir ülkeye yapılan satış için, yetkili olan merciin tutarın ülke dışına gönderilmesine onay verme durumunda belirsizlik olabilir, onay verildiği takdirde belirsizlik ortadan kalkmış olur ve bunu takiben hasılat finansal tablolara yansıtılabilir. Finansal tablolara daha önceden kayıt edilmiş bulunan bir hasılat tutarının tahsil işlemine dair, daha sonradan bir belirsizlik durumu ortaya çıkarsa, bu tutar düzeltme işlemi yerine maliyet olarak finansal tablolara yansıtılır (“TMS 18”, Md.:18).

Hasılat ve maliyetler eğer aynı işlem veya olayla ilgili ise, eşleştirme gereği aynı zamanda muhasebeleştirilir (“TMS 18”, Md.:19).

Standartta mal satışı ile ilgili olarak yurtiçi veya yurt dışı ayrımı yapılmamaktadır. Mal alıcıya teslim edildiği anda hasılat gerçekleşmiş olur ve finansal tablolara yansıtılır. İhracat hasılatının muhasebeleştirilmesinde KDV beyannamesinde yer verilmesi hususunda, vergi mevzuatımız fatura tarihini değil de fiili ihraç tarihini esas alır. Maliye Bakanlığı, bir ihracatın hasılatını fiili ihracatın gerçekleştiği dönemin hasılatı olarak kabul etmekte ve dönemin yevmiye kayıtlarında yer almasını tavsiye etmektedir. Bu nedenle ihraç faturası düzenlenmiş olduğu halde, hasılat fiili ihracatın gerçekleştiği tarihte yevmiye kayıtlarına geçmektedir (Ceran ve Ortakarpuz, 2014: 8).

### 3.4. TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması Standardı

Dış ticarete devlet teşviklerinin türleri ve sunulan teşvik oranları ile tutarları şunlardır ([www.tim.org.tr](http://www.tim.org.tr); [www.experto.com.tr](http://www.experto.com.tr)) :

- Küresel Tedarik Zincirine Katılım Desteği: Makine, ekipman, donanım, laboratuvar ve test cihazı alımı, yurtdışı ofis-depo harcamaları, yurtdışı müşteri ziyaretleri, yazılım alımı, eğitim ve danışmanlık harcamaları, sertifikasyon, test analiz ve ürün doğrulama masrafları için yapacakları harcamalara %50 oranında 1.000.000 USD'ye kadar destek verilmektedir.

- Hedef ve Öncelikli Ükelere İhracatta İlave Destekler: Ekonomi Bakanlığımız tarafından verilen ihracat desteklerinden, hedef ülkelere ve öncelikli ülkelere ihracat yapanlar daha yüksek oranlarda (%10-20 arası ilave destek) yararlanmaktadır. 2018-2019 dönemi için belirlenen hedef ve öncelikli ülkeler şunlardır:

Hedef Ülkeler: Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Çin Halk Cumhuriyeti, Etiyopya, Güney Kore, Hindistan, Irak, İran, Japonya, Katar, Kenya, Meksika, Romanya, Rusya ve Ukrayna

Öncelikli Ülkeler: Azerbaycan, Bangladeş, Birleşik Arap Emirlikleri, Brezilya, Bulgaristan, Cezayir, Endonezya, Fas, Fildişi Sahili, Fransa, Gana, Güney Afrika Cumhuriyeti, Gürcistan, İngiltere, Kanada, Kazakistan, Kuveyt, Malezya, Mısır, Nijerya, Özbekistan, Pakistan, Polonya, Senegal, Singapur, Suudi Arabistan, Şili, Tanzanya, Türkmenistan, Vietnam, Umman ve Ürdün.

- Yurtdışı Fuar Destekleri: Boş alan kirası, stant harcamaları, nakliye, temsilci ulaşım masrafları, organizatörle katılım, katılım bedeli (Yer kirası, stant harcamaları, nakliye ve diğer giderler), temsilci ulaşım masrafları bu desteklerdendir.

- UR-GE Desteği: Bireysel danışmanlık konusunda 50.000 dolara kadar %70 destek, istihdam da 2 kişi için emsal brüt ücreti baz alınarak %75 oranında destek, alım heyeti konusunda program başına 100.000 dolara kadar %75 oranında destek, yurt dışı pazarlama konusunda program başına 150.000 dolara kadar %75 destek, ihtiyaç analizi ve eğitim/danışmanlık konusunda en fazla 36 ay süreyle 400.000 dolara kadar %75 destek verilmektedir.

- Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği: Brüt kira giderinde 1.500.000 dolara kadar %60 oranında destek, istihdam konusunda 500.000 dolara kadar %60 oranında destek, satın alma konusunda 6.000.000 dolara kadar %60 oranında destek, tanıtım harcamaları konusunda 300.000 dolara kadar %60 oranında destek, kurulum ve dekorasyon konusunda 300.000 dolara

kadar %60 oranında destek verilmektedir.

- Turquality Desteği: Marka, patent ve tescil, sertifikasyon, tanıtım, kira, temel kurulum giderleri, danışmanlık, franchise, moda/endüstriyel tasarım, aşçı/şef konusunda limitsiz %50 oranında destek verilmektedir.

- Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği: İstihdam konusunda 1.000.000 dolara kadar %50 oranında destek, teçhizat ve yazılım konusunda 250.000 dolara kadar %50 oranında destek, seyahat web sitesinde üyelik konusunda 150.000 dolara kadar %50 oranında destek ve gemi-yat tasarımı hizmeti alımı konusunda 200.000 dolara kadar %50 oranında destek verilmektedir.

- Tasarım Desteği: Tanıtım faaliyetleri konusunda 300.000 dolara kadar, patent, faydalı model, endüstriyel tasarım konusunda 50.000 dolara kadar, yurtdışı birim kurulum ve yurtdışı birim kira dekorasyon konusunda 100.000 dolara kadar, istihdam (tasarımcı + modelist) konusunda 150.000 dolara kadar, danışmanlık konusunda 200.000 dolara kadar, tanıtım, sergi, tasarım fuarı, tasarım yarışmaları konusunda 300.000 dolara kadar, yurt dışı eğitim konusunda 1.500.000 dolara kadar % 50 destek verilmektedir.

- Pazara Giriş Belgeleri Desteği: Bu destek türünde 250.000 dolara kadar %50 oranında destek verilmektedir.

- Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği: Yurtdışı pazar araştırması gezisi konusunda 5.000 dolara kadar %70 oranında destek, E-Ticaret sitelerine toplu üyelik konusunda 2.000 dolara kadar %80 oranında destek, alım heyeti konusunda 75.000 dolara kadar %75 oranında destek, rapor desteği konusunda 200.000 dolara kadar %60-75 oranları arasında destek verilmektedir.

- Marka Desteği: Marka-patent ve tescil konusunda 50.000 dolara kadar, sertifikasyon konusunda 50.000 dolara kadar, tanıtım konusunda 400.000 dolara kadar, danışmanlık konusunda 500.000 dolara kadar, kira konusunda 1.000.000 dolara kadar, franchise konusunda 50.000 dolara kadar, temel kurulum giderleri konusunda 300.000 dolara kadar %50 destek verilmektedir.

Devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesi ve açıklanması ile diğer devlet yardımlarının açıklanmasında “TMS 20” Standardı uygulanır (“TMS 20”,Md.:1).

Bu Standart bazı konuları kapsamaz. Bu konular (“TMS 20”, Md.:2);

- Fiyat değişiminin etkilerini yansıtan finansal tablolarda devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesinde veya benzer nitelikte olan ek bilgilerde ortaya çıkan özel sorunlar,

- İşletmelere vergilendirilebilir kâr veya vergi zararının hesaplanmasında yararlanmak üzere sağlanan faydalar ya da vergi yükümlülüğüne bağlı olarak belirlenen, gelir vergisi

istisnaları, kurumlar vergisi istisnaları, indirilmiş vergi oranları gibi devlet yardımları,

- Devlet'in bir işletmeye katılması,
- “TMS 41 Tarımsal Faaliyetler” kapsamındaki devlet teşvikleri.

### 3.4.1. Dış Ticaret İşlemlerinde TMS 20 Standardı

Genel olarak teşvik verilmesine sebep olan ekonomik amaçları, tasarrufları ve yatırım hacmini arttırmak, vergilerin ekonomik kararlarda yarattığı negatif etkileri azaltmak, ekonomik istikrarı sağlamak ve enflasyondan kaynaklı etkileri gidermek, yatırımları belirli alanlara yönlendirmek, istihdamı arttırmak, döviz kazandırıcı işlemleri ve uluslararası rekabet gücünü arttırmak, yeni kurulan sanayileri koruma altına almak ve ihracatı iyileştirmek şeklinde sıralayabiliriz (Onay, 2017: 32).

Devletten alınan feragat edilebilir kredinin devlet teşviki olarak kabul edilmesi için, işletmenin şartları gerçekleştireceğine dair makul bir güvence vermesi gerekmektedir (“TMS 20”, Md.:10). Bu sebeple; ihracat firmalarının aldıkları krediler, piyasa faiz oranından düşük ise devlet teşviki olarak kabul edilmektedir. Bu krediler TFRS 39 standardına uygun olarak değerlendirilmesi yapılır ve yapılacak olan muhasebe işlemleri ise “TMS 20” standardına uygun olarak yapılmaktadır (Kökeş ve Ünal, 2014: 96).

BOBİ FRS Bölüm 16 ve TMS 20 standardı arasında farklılıklar bulunmaktadır. Devlet teşvikleri TFRS tarafında bir kaynak olarak raporlanabiliyorken, BOBİ FRS tarafında ise zorunlu olarak bir gelir unsuru şeklinde raporlanmasına sebep olmaktadır. Bu husus, BOBİ FRS uygulamasında elde edilmemiş bir gelirin temel olarak kaynaklar içinde raporlanması gerekli iken kar veya zarar içinde raporlanmasına ve mali bilgi kullanıcılarının yanlış bilgilendirilmesine sebep olacaktır. Özetle, BOBİ FRS’de devlet teşvikleri TMS 20’den farklı bir şekilde mali durum tablosunda raporlanamamakta ve direkt olarak kar veya zararla ilişkilendirilmektedir (Gökçen vd., 2018: 453).

### 3.4.2. Teşviklerin Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu

BOBİ FRS’de devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesi ve finansal tablolarda raporlanması ile ilgili ilkeler TMS 20’ye göre çok sadeleştirilmiştir. BOBİ FRS’de parasal ve parasal olmayan teşvik ayrımı yapılmamıştır. İşletmenin gelecekte herhangi bir performans kriterini yerine getirmesini gerektirmeyen ya da performans kriterini önceden yerine getirdiği teşvikler, alındıkları anda, belirli performans kriterlerini yerine getirmesini gerektiren teşvikler, performans kriterleri karşılandığında kâr veya zarara yansıtılır. Kar veya zarara yansıtılana

kadar, mali durum tablosunda ertelenmiş gelirler kaleminde raporlanır (BOBİ FRS, Md.,16.7). TMS 20’de ise devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesinde sermaye ve gelir yaklaşımı bulunmaktadır (TMS 20, Md.,13-16). Ayrıca parasal olmayan varlıklarla ilgili teşvikler için ayrı ilkeler bulunmaktadır (TMS 20, Md.,18-19) (Kıymetli ve Özbirecikli, 2018: 475).

Faaliyetlerin devlet teşviki kapsamına alınabilmesi için, işletmenin ticari kazanç sağlaması ya da kazancın idame ettirilmesi amacıyla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. GVK’nın 38. maddesinde safi kurum kazancının tanımı ; “Bilanço esasına göre tutulan ticari kazanç, teşebbüsteki öz sermayenin hesap dönemi sonundaki değerden başındaki değer düşülmesi sonucu çıkan olumlu farktır. Bu farktan işletme sahiplerince eklenen değerler çıkarılır, işletmeden çekilen değerler ise eklenir.

### **3.5. TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri Standardı**

İşletme; yabancı para birimi kullanarak işlemlerde bulunabilir veya yurtdışından bir işletmeye sahip olarak yabancı faaliyetlerde bulunabilir ve finansal tablolarını yabancı para birimiyle yansıtabilir. ”TMS 21” Standardı ise; yapılan bu işlemlerin finansal tablolarda nasıl yansıtılması gerektiğini, burada kullanılan para birimine nasıl dönüştürülmesi gerektiğini gösterir (“TMS 21”, Md.:1).

Bu Standart aşağıdaki durumlarda uygulanır (Kökeş ve Ünal, 2014:102);

- Yabancı para işlemleri ve yabancı para birimindeki bakiyelerin muhasebe kayıtlarına alınmasında,
- Finansal tablolara konsolidasyon, oransal konsolidasyon ya da öz kaynak yöntemi uygulanarak dâhil olan yurtdışındaki işletmelerin faaliyet sonuçlarının ve finansal durumunun raporlamasında,
- İşletmenin faaliyet sonuçlarını, finansal durumunun finansal tablolarda kullanılan para birimine çevrilmesinde.

#### **3.5.1. Dış Ticaret İşlemlerinde TMS 21 Standardı**

Kambiyo yapan işletmeler doğası gereği ticari faaliyetlerde bulunurken yabancı paralı işlemlerde bulunmakta veya yabancı ülkelerle ticaret yaparak yabancı para birimi kullanmaktadır (Gökgöz 2013: 33).

Muhasebe kayıtları, muhasebenin para ile ölçülme kavramına uygun olarak, yerli para birimine dönüştürülmelidir. Dönüştürme işlemi yapılırken, işlem tarihinde geçerli olan kur kullanılır. Yurtdışına yapılan satış karşılığı kasaya alınan yabancı paralar için; T.C Merkez

Bankası efektif alış kuru esas alınır. Eğer yabancı para bankadan ya da diğer finans kurumlarından elde edilmiş ise, elde edinilen kurumun efektif satış kuru kullanılarak TL'ye çevrilme işlemi yapılır (Ağsakal, 2016: 269).

Yapılan dönüştürme işlemlerinden kaynaklanan kur farkları “TMS 21 standardına göre muhasebede kayıt altına alınmaktadır. Standart, yabancı para birimi olarak geçerli olan kur uygulamasını benimsemektedir. Standarda göre, kambiyo işlemlerinde yabancı paralı mal satışı işlemlerinden oluşan kur farkları sonuç hesaplarında muhasebeleştirilir. Satıştan doğan hasılat ile ödeme arasında oluşan kur farklarında, fark olumluysa; satış hasılatına ilave edilir, olumsuz ise; satıştan indirimler hesabına kayıt edilir. Yabancı paralı mal alışlarına baktığımızda ise, edinme aşamasına kadar oluşan kur farkları doğrudan maliyet olarak gösterilir ve malın maliyetine dahil edilir. Ancak ithal mal özellikli mal ise, stok maliyetine eklenebilir. Özellikli bir varlık ithalatında meydana gelen kur farkları, varsa finansman giderleri borçlanma maliyeti olarak görülür ve sonuç hesaplarına eklenmeden yatırım maliyetine eklenir (Ceran ve Ortakarpuz, 2013: 73-75).

### **3.5.2. Kur Farklarının Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu**

Yabancı paralı işlemlerin muhasebeleştirilmesinde vergi uygulamaları ile standart arasında önemli farklılıklar mevcut değildir.

Yabancı paralı mal satışı işlemlerinden oluşan kur farkları vergi uygulamalarında da aynı standartta olduğu gibi sonuç hesaplarında muhasebeleştirilir. Benzer şekilde hem standart hem de vergi kanunları gerçeğe uygun değer yaklaşımını benimsemiştir. Ülkemizdeki vergi uygulamalarına göre; stoklarla ilgili meydana gelen kur farklarının, stokların aktife dahil edilmesine kadar meydana gelen kısmının stok maliyetine dahil edilmesi mecburi tutulmuşken, daha sonra ortaya çıkan kur farkları için stok maliyetine dahil edilmesi ya da dönem gideri olarak kayıt yapılabilmesi gibi seçimlik hak verilmiştir (Ceran ve Ortakarpuz, 2013: 75).

V.U.K ayrıca yabancı para biriminde borsa rayicini esas almaktadır, eğer yabancı para borsası mevcut değilse Maliye Bakanlığının belirlediği kur esas alınmaktadır (Ağsakal, 2016: 269).

### **3.6.TMS 23 Borçlanma Maliyetleri Standardı**

Standart kapsamındaki borçlanma maliyetleri (“TMS 23”, Md.: 6);

- TFRS 9 Standardında geçen etkin faiz yöntemi uygulanılarak hesaplanan faiz maliyeti,

• TFRS 16 standardına göre, finansal tablolara yansıtılmış olan kiralama ile ilgili borçlanma maliyetleri”.

• Yabancı para ile borçlanmalarda, faiz maliyetleri ile ilgili düzeltme olarak dikkate alındıkları ölçüde olmak kaydıyla, kur farkları olarak sıralanmıştır.

Standartta göre özellikli varlıklar şunlardır (“TMS 23”, Md.: 7);

- İmalat kuruluşları,
- Stoklar,
- Enerji üretim tesisleri,
- Maddi olmayan duran varlıklar,
- Taşıyıcı bitkiler,
- Yatırım amaçlı gayrimenkuller.

### **3.6.1. Kambiyo İşlemlerinde TMS 23 Standardı**

Borçlanma maliyetlerine ilişkin standart, kambiyo işlemlerinde gerçekleştirilen vadeli mal ya da hizmet alımları (ithalat) içinde standart kapsamında değerlendirilmelidir (Ortaç, 2010: 122).

TMS 23'e göre; borçlanma maliyetleri özellikli varlığın elde edilmesi, üretimi veya inşası ile direkt olarak ilişkilendirilebiliyorsa, bu varlığın bir parçasıdır ve aktifleştirilmelidir. Diğer borçlanma maliyetleri ise gider olarak kayda alınır (Küçüktüfekçi, 2016: 458).

Burada “TMS 23” standardının dış ticarete kur farkı maliyetleri ile ilgili bağlantısına değinilmektedir. Konuya kur farkı maliyetleri bakımından baktığımızda standart, sadece özellikli varlık niteliğinde olan Maddi Duran Varlıklar ile ilgili kur farklarının aktifleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bunun dışındaki sabit kıymetler için katlanmak gereken kur farklarının dönem gideri olarak muhasebeleştirilmesi gerekmektedir. Stoklarla ilgili kur farkı maliyetlerine baktığımızda ise, eğer stoklarla ilgili sonradan oluşan bir kur farkı maliyeti varsa standart hiçbir şekilde bu maliyetin aktifleştirilmesine izin vermemektedir. Mallar stoklara girdikten sonra ortaya çıkan kur farkı maliyetlerinin doğrudan dönem gideri olarak muhasebeleştirilmesi gerekmektedir (Toroslu, 2010: 162).

### **3.6.2. Borçlanma Maliyetlerinin Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu**

Borçlanma maliyetleri, ülkemizde geçerli olan vergi mevzuatımıza göre, maddi duran varlıklar ve stoklar olmak üzere iki açıdan incelenmiştir.



Maddi duran varlıkların borçlanma maliyetlerinin muhasebelerine ilişkin düzenlemeler; VUK 163 ve 238 sayılı tebliğlerde yer almaktadır. Buna göre, kurulma döneminde meydana gelen maddi duran varlıkların yatırım işlemlerinin tamamlanma esnasında oluşan faiz ve diğer maliyetler, kuruluş dönemi borçlanma maliyetlerini oluşturmaktadır. Amortisman ayrılırken, maddi duran varlıkların borçlanma maliyetlerini de içinde barındıran "elde etme maliyetlerinin" esas alınması öngörülmüştür.

Stok maliyetlerinde ise; stokların satın almada veya üretim maliyeti için gerekli olan sigorta, taşıma, gümrük vergileri gibi ek maliyetler dahil edilmektedir. Burada bahsi geçen ek maliyetlerden birisi de borçlanma maliyetleridir.

VUK'na göre maddi duran varlıkların finansmanı için oluşan borçlanma maliyetleri, yatırım dönemi ve işletme dönemi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yatırım döneminde, kesinleşmiş olan borçlanma maliyetlerinin duran varlığın maliyetine eklenmesi zorunlu tutulmaktadır. İşletme döneminde oluşan borçlanma maliyetleri ise, içinde olunan yılda doğrudan gider olarak yazılabilir ya da istenirse maliyete eklenebilir (Çonkar vd., 2007: 75).

Standartta incelenen kur farkı maliyetleri ile VUK arasında bazı farklılıklar vardır. VUK'a göre maddi duran varlıklarda oluşan kur farkı maliyetleri elde edildiği dönem sonuna kadar olanları, varlığın maliyetine eklenmesi mecburi tutulmaktadır. Ancak daha sonra ortaya çıkan kur farkı maliyetlerinin kayıt altına alınırken ait oldukları yıllarda doğrudan gider yazılması veya maliyete eklenerek amortisman konusu yapılması mükellefe seçimlik hak tanımıştır. Görüldüğü üzere standart herhangi bir seçim öngörmemektedir. Aynı şekilde VUK, stoklarla ilgili oluşan kur farkı maliyetlerinde de seçimlik hak vermektedir (Toroslu, 2010: 164).

#### 4. SONUÇ

Kambiyo kavramı özetle, ülkelerin diğer ülkelerden mal ve hizmet talep etmesi ya da mal ve hizmet satışı gerçekleştirmesidir. Kambiyo işlemleri ithalat ve ihracattan meydana gelmektedir. Son yıllarda globalleşmenin de etkisiyle beraber kambiyo işlemlerinin muhasebeleştirilmesinde ve dış ticarete farklılıklar yaşanmıştır. Dış ticarete yapılan muhasebe işlemlerinin kayıt altına alınmasında yaşanan uyum sorunları nedeniyle uluslararası alanda genel kabul görmüş muhasebe standartları çalışmalarına ihtiyaç duyulmuştur. Bu amaçla Türkiye'de TMS oluşturularak, 2005 yılından itibaren yürürlüğe girmek üzere çeşitli standartlar yayımlanmıştır. Daha sonra 6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu bu standartların uygulanması zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca, TMS 25 Hasılat Standardı 1 Ocak 2018'den itibaren

kaldırılmış ve bu tarih itibarıyla TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı yürürlüğe girmiştir. Aynı tarih itibarıyla, bağımsız denetimlerde kullanılmak için BOBİ-FRS isimli standart çıkarılmıştır.

Bu çalışmada, kambiyo işlemleri ile en çok bağlantısı olan standartlarla, bu standartların vergi kanunları ile olan ilişkisi incelenmiştir. Kambiyo işlemlerinde önem arz eden standartlar ve ülkemizde uygulanan vergi mevzuatı arasında bazı farklılıklar olmakla beraber genel olarak büyük farklılıklar bulunmamaktadır. Ancak kur farklarının mali raporlarda sunulması açısından bazı farklılıklar bulunmaktadır. Özellikle muhasebeleştirmeyle ilgili standardın, döviz cinsinden kayıtlarda ve raporlamada etkin olmadığı tespit edilmiştir. Bu farklılıkların ise taslağı hazırlanmış olan yeni V.U.K.'nda uyumlaştırılarak giderilmesi zorunluluğu bulunmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Ağsakal, A. (2015) "Dış Ticaret İşlemlerinin Uluslararası Muhasebe Standartlarına (UFRS) Göre Muhasebeleştirilmesi" Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ağsakal, A. ve Baral, G. (2016) "Dış Ticaret İşlemlerinin Tms 21 Kur Değişim Etkileri Standardına Göre Muhasebeleştirilmesi", Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty, 12.
- Ağsakal, A. ve Baral, G. (2016) "Dış Ticaret İşlemlerinin Tms 2 Stoklar ve Tms 18 Hasılat Standartları Kapsamında İncelenmesi.", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 48.
- Akın H. ve Kurşunel, F. (2010) "Tms-2'ye Göre Stokların Değerlemesinde Özellik Arz Eden Durumlar.", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi, 13.(1): 311-330.
- Akpınar, A. ve Gürel, A.B. (2015) "TMS Kapsamında Tms 18 Hasılat Standardı Ve Tms 21 Kur Değişimlerinin Etkisi Standardının İncelenmesi: Etimaden İşletmeleri Genel Müdürlüğü Emek Bor İşletmesi Uygulaması", Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi .
- Ataman, B. ve Cavlak, H. (2017) Büyük Ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) İle Tam Set Türkiye Muhasebe Ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının (TMS/TFRS) Karşılaştırılması, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (3) : 153-168.
- Atayeter, C. ve Erol, A. (2011) "Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (1)1: 1-26.
- Avcı, A. ve Avcı Ö.B. (2016) "Vade Farkı, Kur Farkı Ve Kredi Faizlerinin TMS Ve Vergi Usul Yasası Kapsamında Değerlendirilmesi", Çözüm Dergisi, Mart-Nisan Sayısı: 75-90.
- Boyar, E. ve Güngörmüş, A.H. (2006) "TMS-2 Stoklar Standardında Öngörülen Normal Maliyet Yönteminin, Safha Maliyetine Uygulanması." Muhasebe ve Finansman Dergisi, 32.
- Ceran, Y. ve Ortakarpuz, M. (2013), "Kur Farklarının Muhasebe Uygulamaları ve TMS Kapsamında İncelenmesi", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 3(2): 65-80.
- Ceran, Y. ve Ortakarpuz, M. (2014) "İhracat Hasılatının Vergi Uygulamaları Ve TMS", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, 11(1): 1-16.
- Conkar, K., Gökçe, N. ve Tellioglu, T.F. (2007) "TMS 23 Kapsamında Borçlanma Maliyetinin Boyutları", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 36.
- Çonkar, K., Gökçe, N., Tellioglu, F.T. (2007) "TMS 23 Kapsamında Borçlanma Maliyetinin Boyutları", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:36.
- Erdoğan, M. ve Dinç, E. (2009) "TMS ve Muhasebe Meslek Mensuplarının Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 43.
- Gökçen, G., Öztürk, E. ve Güleç, F. (2018). BOBİ FRS ve TFRS'nin Finansal Raporlara Etkileri Açısından Karşılaştırılması. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3 (2): 437-457.
- Gökgöz, A. (2013) "Diğer Kapsamlı Gelirler ve Muhasebeleştirilmesi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 57: 23-38.
- Gökgöz, A. (2015) "Dış Ticarete Teslim ve Ödeme Şekillerinin TMS 18 Hasılat Standardı Çerçevesinde İncelenmesi", Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies 1(3): 105.
- Gücenme, Ü.G. (2017) "Temel Konularda BOBİ FRS ve TMS/TFRS Karşılaştırması", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 1: 3.
- Kaya, U. ve Atasel, O.Y. (2017) "TMS ile Vergi Usul Yasası Açısından Maddi Duran Varlıklarda Amortisman Uygulamalarının Karşılaştırılması: Literatürdeki Farklılıklar Üzerinde Bir Değerlendirme.", Research Journal of Politics, Economics & Management/Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi (5)4.
- Kökeş, E. ve Ünal T. (2014) "TMS Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi Ve Örnek Uygulamalar", T.C. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Kuzu, S. (2011) "Türk Vergi Mevzuatına Göre Varlıkların Değerlemesi Ve Uluslararası Muhasebe Standartları İle Karşılaştırılması." Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Küçük, T.M.(2014) “Türk Muhasebe Standartları ve Vergi uygulamaları Arasındaki Uyum ve Bilanço Yansımaları”, Okan Üniversitesi Tez.
- Küçüktüfekçi, M. ve Kılılı, M. (2016) "Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi: Tms 23, Tekdüzen Muhasebe Sistemi Ve Vergi Usul Yasası Çerçevesinde Bir İnceleme", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICAFR 16 Özel Sayısı*.
- Maç, M. (2010) “İhracat Hasılatının Kurumlar Vergisi, KDV Ve TMS Açısından Hangi Tarih İtibariyle Muhasebeleştirilmesi Gerekli?”, *Çözüm Dergisi, Temmuz-Ağustos Sayısı: 105-112*.
- Onay, A. (2017) “Muhasebe Standartları Kapsamında Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (8)3: 31-45*.
- Ortaç, S. (2010) “Dış Ticaret İşlemleri, Muhasebe Uygulamaları ve Uygulamaların Muhasebe Standartları Karşısındaki Durumu”, *Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi*.
- Sağlar, J. ve Yüce, D. (2015) Bağımsız Denetimde Kamu Gözetim Kurumunun Rolü Ve Kurumdan Beklentilerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 8(3): 45-57*.
- Şen, İ.K. ve Özbirecikli, M. (2018) BOBİ FRS'nin Muhasebe Uygulamalarına Getirdiği Değişiklikler: BOBİ FRS, TMS/TFRS ve Mevcut Muhasebe Sistemi Çerçevesinde Bir İnceleme, 462-484
- Toroslu, M.V. (2010) “TMSnda Stok-Maliyet İlişkisi: Tms 2 Stoklar Tms 23 Borçlanma Maliyetleri”, *Okan Üniversitesi Tez .*
- Tuğay, O. (2013), “Maddi Duran Varlıklarda Amortisman Uygulamalarının TMS 16 ve Vergi Mevzuatı Açısından İncelenmesi” *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (17)2*.
- Turna, İ. (2015) “TMS Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi”, *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*.
- Yılmaz, B. (2007) “Muhasebe Standartlarının Oluşumu ve Uygulanma Alanı”, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (7)13: 139-153*.
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 2 Stoklar Standardı, 15.01.2005 tarih ve 25701 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 16 Maddi Duran Varlıklar Standardı, 31.12.2005 tarih ve 26040 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 28.10.2018).
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 18 Hasılat Standardı, 09.12.2005 – 26018 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması Standardı, 01.11.2005 tarih ve 25983 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 21 Kur Değişim Etkileri Standardı, 31.12.2005 tarih ve 26040 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- Türkiye Muhasebe Standardı TMS 23 Borçlanma Maliyetleri Standardı, 09.11.2005 tarih ve 25988 sayılı Resmi Gazete (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- [http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1046](http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046) (Erişim Tarihi: 23.11.2018).
- 213 Sayılı Vergi Usul Yasası, 10 Ocak 1961 Tarihli, 10703-10705 Sayılı Resmi Gazete
- [http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/6781/Muhasebede-Yeni-Bir-Do%CC%88nem-Bas%CC%A71%C4%B1yor-\(14.06.2017\)](http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/6781/Muhasebede-Yeni-Bir-Do%CC%88nem-Bas%CC%A71%C4%B1yor-(14.06.2017)) (Erişim Tarihi: 17.01.2018)
- [http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TFRS/TFRS\\_15\\_2018.pdf](http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TFRS/TFRS_15_2018.pdf)
- [http://www.istanbulymmoo.org.tr/Data/Platform/2017\\_EK%C4%B0M\\_29.pdf](http://www.istanbulymmoo.org.tr/Data/Platform/2017_EK%C4%B0M_29.pdf)
- [http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/Tan%C4%B1t%C4%B1m/Public\\_Oversight\\_Authority\\_TR.pdf](http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/Tan%C4%B1t%C4%B1m/Public_Oversight_Authority_TR.pdf)
- [http://www.tim.org.tr/files/downloads/ihracat\\_destekleri/Kuresel\\_tedarik\\_zinciri\\_destegi.pdf](http://www.tim.org.tr/files/downloads/ihracat_destekleri/Kuresel_tedarik_zinciri_destegi.pdf)
- <https://www.experto.com.tr/kuresel-tedarik-zinciri-destegi>

**Citation:** Uysal B. & Ekici M.A. & Önal A.C. & Kulakoğlu E. (2019), Psikolojik Yıldırma (Mobing) ve Çalışan Motivasyonu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, BMIJ, (2019), 7(1): 280-307 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmi.v7i1.1066>

## PSİKOLOJİK YILDIRMA (MOBİNG) ve ÇALIŞAN MOTİVASYONU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

Burhanettin UYSAL<sup>2\*</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 18/01/2019

Mustafa Ayhan EKİCİ<sup>3</sup>

Accepted (Kabul Tarihi): 12/03/2019

Ali Can ÖNAL<sup>4</sup>

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

Emel KULAKOĞLU<sup>5</sup>

### ÖZ

*Bu çalışma, sağlık çalışanları üzerinde psikolojik yıldırma (mobing) ile çalışan motivasyonu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla kamu sektöründe faaliyet gösteren bir işbirliği yapılan (afiliye) hastanede gerçekleştirilen kesitsel bir alan araştırmasıdır. Araştırmanın evrenini 1076 çalışan oluşturmuş olup araştırma 222 hastane çalışanı üzerinde uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu 45 yaşının altında ve kadındır. Çalışmanın sonucuna göre hastanedeki sağlık hizmetlerinin kadın ağırlıklı sağlık meslek mensupları tarafından verildiğini göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların yaklaşık 1/3'ü bekârdır. Araştırmaya katılan çalışanların %90,1'inin daha önce yöneticilik deneyimi yoktur. Eğitim durumuna bakıldığında en yüksek oranı lisans grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların yaklaşık 1/3'ünü hemşire/ebeler oluşturmaktadır. Katılımcıların yarısına yakını gündüz; büyük çoğunluğu 40 saat üstü çalışmakta; büyük çoğunluğu 10 yılın altında görev yapmaktadır. Katılımcıların 2/3'ünün kadrosu Sağlık Bakanlığına bağlıdır. Korelasyon analizi sonucunda psikolojik yıldırma ile motivasyon araçları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Regresyon analizine göre psikolojik yıldırma motivasyon araçlarını etkilemektedir ( $F=3,954$ ,  $R^2=0,018$ ;  $F=9,351$ ,  $R^2=0,041$ ).*

**Anahtar Sözcükler:** Psikolojik Yıldırma, Motivasyon, Sağlık Çalışanları, Hastane

**JEL Kodları:** M50, I110, I140.

## INVESTIGATING THE RELATIONSHIP BETWEEN MOBBING AND EMPLOYEE MOTIVATION

### ABSTRACT

*This study is a cross-sectional area study conducted in a public hospital to reveal the relationship between mobbing and motivation on health employees. The population of the study consisted of 1076 employees and applied to 222 hospital employees. The data gathered were analyzed by the SPSS 22.0 program. The majority of the participants were under 45 years old and female. According to the results of the study show that the health services in the hospital are given by health care professionals who are female. Besides, about 1/3 of the participants were single. 90.1% of the surveyed employees had no management experience before. When education level examined, the highest rate belongs to the bachelor's group. Approximately 1/3 of the participants were nurses/midwives. About half of the participants were in the daytime; most of them work over 40 hours; the vast majority of them are under 10 years. The 2/3 of the participants was affiliated to the Ministry of Health. As a result of the correlation analysis, there was no statistically significant relationship between mobbing and motivation tools ( $p>0.05$ ). According to regression analysis, mobbing affects motivation tools ( $F = 3,954$ ,  $R^2 = 0,018$ ;  $F = 9,351$ ,  $R^2 = 0,041$ ).*

**Keywords:** Mobbing, Motivation, Health Employees, Hospital

**JEL Codes:** M50, I110, I140.

<sup>1</sup> Bu makale, 10-12 Ekim 2018 tarihinde gerçekleştirilen 2. Uluslararası ve 12. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Dr., İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi, [druysal.phd@gmail.com](mailto:druysal.phd@gmail.com) \*Sorumlu Yazar <http://orcid.org/0000-0003-2801-9726>

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, [mayhanekici@hotmail.com](mailto:mayhanekici@hotmail.com) <http://orcid.org/0000-0002-0745-0907>

<sup>4</sup> Uzm. Dr., İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi, [acanonal@yahoo.com](mailto:acanonal@yahoo.com) <http://orcid.org/0000-0001-6078-7325>

<sup>5</sup> Başhemşire, İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi, [emelkulakoglu@hotmail.com](mailto:emelkulakoglu@hotmail.com) <http://orcid.org/0000-0003-4842-9407>

## 1. GİRİŞ

İşletme kaynakları içerisinde kritik öneme sahip olan insan kaynağı, işletme başarısı açısından mutlaka yönetim tarafından motive edilmesi ve desteklenmesi gereken önemli bir unsurdur. İşletme yöneticileri, bilimsel yönetim ilkeleri çerçevesinde tüm çalışanların motivasyonunun artırılmasından doğrudan ve dolaylı olarak sorumludurlar. Bilhassa sağlık sisteminin önemli yapı taşı olan insan kaynağının motivasyonuna ayrı bir önem verilmelidir. Nitekim Sağlık Bakanlığı bağlı tüm kurum ve kuruluşlarına gönderdiği genel yazıda (2017); Sağlık Bakanlığının stratejik planı çerçevesinde evrensellik, hakkaniyet, katılımcılık, dayanışma, sağlıkta inovasyon, kalite ve verimlilik, sürdürülebilirlik, şeffaflık gibi temel ilke ve değerleri doğrultusunda sağlık çalışanlarına yüksek motivasyonla hizmet sunması gerektiğini vurgulamıştır.

Sağlık hizmetlerinin sunumundaki kalite ve sürekli iyileştirmeyi artırarak hizmetin hem nitelik hem de nicelik olarak bir bütün halinde, sağlık personelinin de sürecin içine dahil eden yönetsel çalışmalar yapılması gerekmektedir. Yapılacak böyle çalışmaların çalışanların motivasyonunu artıracığı gibi psikolojik yıldırmaya maruz kalmalarını da en düşük düzeye düşürecektir (İncesu vd., 2017).

Motivasyon, bir insanı belirli bir amaç için harekete geçiren güç ya da bir ya da birden fazla kişiyi belirli bir istikamete doğru sürekli bir şekilde harekete geçirme çabası olarak tanımlanabilir. Örgütteki sınırlı olan kaynaklarla sınırsız ihtiyaçlar karşılanmaya çalışılmakta olup sınırsız olan tüm ihtiyaçların karşılanmasına yönelik mal ya da hizmet üretmek basit bir eylem olmayıp birtakım idari ve teknik analizlerden geçen bir süreçtir (Keser, 2012). Sağlık sektöründe insan kaynaklarına önem verilmesinin hasta memnuniyetini de olumlu yönde etkileyebileceği, ekonomik büyüme ve gelişme stratejileri açısından da (Taşkaya vd. 2016) ve özellikle hastane hizmetlerinde hasta kavramı da göz önüne alındığında çalışanların motive edilmelerinde birtakım zorluklar ortaya çıkması muhtemeldir. Herhangi bir hastanedeki sağlık profesyonellerinin sayısal hacmi göz önüne alınırsa sağlık hizmeti üretimi sürecinde çalışanların motivasyonunu yükselten ve düşüren birçok faktör bulunmaktadır. Hem hasta hem de yönetici baskısı, çalışanı motive edici faktörlerin göz ardı edilmesine ve çalışanın yıldırmaya ve yıpratılmasına neden olabilmektedir.

Son zamanlarda (yaklaşık 10 yıldır) yönetici baskısı ile gündeme gelen ve çok önemli bir kavram olan psikolojik yıldırmaya (mobing) nedeniyle yönetime ya da yöneticilere, düşük bir ihtimalle alt seviyedeki çalışanlara davalar açılmakta, davaların sonucunda tazminata bağlanan

kararlar alınmaktadır. Araştırmamızda çalışanların motivasyonu ile psikolojik yıldırma algısı arasındaki ilişki incelenecektir.

### **1.1. Motivasyon**

Motivasyon, bireyin davranışını harekete geçiren ve yönlendiren durumla ilişkili olan Latince *motio* kelimesinden türeyen bir kavramdır. Motivasyon, kişinin eylemi ile yakından ilişkili görünen kişinin davranışlarının nedenini daha anlaşılabilir hale getirmektedir (Fernandez, vd, 2012). Karmaşık bir yapıya sahip olan motivasyonun oluşmasında psikolojik eylemlerle birlikte çevredeki nesnelere de önemli rol oynamaktadır (Poli, 2010). Motivasyon ruhsal, sosyal ve durumsal bir bağlamda hem kişisel hem de uygulamaya dönük bir kavramdır (Weissman, 2010).

20'nci yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren Neo-Klasik akımın etkisi ile birlikte önem kazanmaya başlayan bir kavram olan örgütlerde motivasyon konusu Hawthorne araştırmaları ile ivme kazanmıştır. İnsanın mekanik ve teknik bir unsur olmasından ziyade sosyal birçok yönlerinin de olduğu, Hawthorne araştırmaları ile ön plana çıkmış ve önemli hale gelmiştir. Örgütlerde çalışanların motivasyon konusu, sosyal boyutu ile birlikte ele alınarak örgüt literatüründe dikkat çekici bir kavram olarak kendini göstermiştir (Keser, 2012).

Sayar ve Dinç (2013) tarafından yapılan tanıma göre motivasyon fizyolojik ya da psikolojik belli ihtiyaç veya arzuların karşılanması amacıyla davranışların amaca yönlendiği bir süreçtir. Motivasyon bir canlıyı harekete geçiren süreçler ve mekanizmalar sistemi olarak ifade edilmektedir. (Leontiev, 2012). Bu bağlamda, motivasyonun iki temel özelliği vardır; birinci olarak motivasyon tamamen kişisel bir olaydır. Yani birisini motive eden bir durum diğer bir kişiyi motive etmeyebilir. İkinci olarak ise motivasyon ancak insanın davranışlarında gözlemlenebilir (Koçel, 2005).

#### **1.1.1. Motivasyon Teorileri**

Motivasyonun açıklanmasında kullanılan ve tarihsel süreç içerisinde geliştirilen bazı teori ve modeller bulunmaktadır. Bu teori ve modeller kapsam ve süreç teorileri olarak iki başlık altında ele alınmaktadır. İşletmelerde öne çıkan motivasyon teorileri ve modelleri şunlardır (Donnelly vd., 1987; Koçel, 2011; Keser, 2012; Sapru, 2013):

a. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi: Kapsam teorisi olan bu teoriye göre ihtiyaçlar fizyolojik, güvenlik, sosyal, saygınlık ve kendini gerçekleştirme.

b. Herzberg'in Çift Faktör Teorisi: Kapsam teorisi olan bu teoriye göre Herzberg, çalışma hayatını biçimlendiren faktörleri hijyen faktörleri ve motive edici (özendirici) faktörler

olarak ele almıştır. Hijyen faktörler işletme politikası, teknik denetim, yönetici ve çalışanlarla ilişki, ücret, iş güvenliği, özel yaşam, çalışma şartları ile statüdür. Özendirici faktörler ise başarı, tanınma, ilerleme, işin kendisi, kendini geliştirme imkânı ve sorumluluktur.

c. Vroom'un Beklenti Teorisi: Bekleyiş teorisi olan bu teorinin temelinde çalışanların istedikleri ödüle ulaşacak performans elde etmelerinde gösterecekleri gayret ele alınmaktadır. Bu teoride iki faktör vardır. Birincisi kişinin ödülü arzulama derecesi, ikincisi ise kişinin ödüllendirilme olasılığıdır.

d. ERG Yaklaşımı: Kapsam teorisi olan bu teori, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisinin basitleştirilmiş halidir. Bu teoride ihtiyaçlar üç başlık altında ele alınmıştır: Var olma, aidiyet-ilişki kurma ve gelişme ihtiyacıdır.

e. McClelland'ın Başarı Güdüsü Teorisi: Kapsam teorisi olan bu teoride çalışanların farklı dürtülerden etkilendiği ilişki kurma, güç elde etme ve başarıma ihtiyacından bahsedilmektedir.

f. McGregor'ın X ve Y Modeli: Bu modelde yöneticilerin çalışanları üzerinde iki tür

g. Porter-Lowler Modeli: Bekleyiş teorisi olan bu model Vroom'un beklenti teorisi modeline benzer. Vroom'un teorisine ek olarak modele iki yeni değişken dahil edilmiştir. Bunlardan ilki kişinin gerekli olan bilgi ve yeteneğe sahip olması, ikincisi ise kişinin kendisi için algıladığı roldür.

h. Eşitlik Teorisi: J.Stacy Adams tarafından geliştirilen, bekleyiş teorisi olan bu teoride kişi, sarf ettiği gayret ve elde ettiği sonuç ile aynı işyerinde başkalarının sarf ettiği gayret ve elde ettiği sonucu karşılaştırmaktadır.

i. Amaç Teorisi: Edwin Locke tarafından geliştirilen teorinin özünde çalışanların kendilerine göre belirledikleri amacın ulaşılabilirlik derecesi yatmaktadır.

Yapılan çalışma yukarıda bahsedilen motivasyon teorilerine göre, Herzberg'in Çift Faktör Teorisine dayanmaktadır.

### **1.1.2. Motivasyon Araçları**

Sağlık işletmelerinde çalışanların motivasyonunu sağlayan unsurların çalışan beklentileri çerçevesinde doğru bir şekilde analiz edilmesi, sağlık sektörünün emek-yoğun bir sektör olmasından dolayı hastaların memnuniyetinde çalışanların somut ve soyut motive edilmesi ve sağlık yöneticileri tarafından çalışanların ihtiyaçlarını tespit ederek iyileştirme ve geliştirme yapılacak faktörlerin ön planda tutulması gerekmektedir (İnce ve Gençay, 2017).



Motivasyon araçları genel olarak ekonomik, psiko-sosyal ve örgütsel-yönetmel motivasyon araçları başlığı altında ele alınmaktadır (Barles, 2016; Tarakçioğlu vd., 2010; Keser, 2012):

- Ekonomik motivasyon araçları: Ücret ve ücret artışı, primli ücret ve ikramiyeler, kâra katılma, ekonomik ödüller, yetkinlik temelli ücretlendirme, aynı ve sosyal fayda/yardımlar, sosyal güvenlik ve emeklilik planları.

- Psiko-sosyal motivasyon araçları: Bağımsız çalışma olanakları, değer-statü, takdir etme, kişi ve örgüt uyumu, psikolojik güvence, işletmenin başarısında sorumluluk, öneri sistemi, sosyo-kültürel katılımlar ve uğraşlar, açık rekabet, diğer kişilerden yararlanma, danışmanlık hizmeti, çekici çevre.

- Örgütsel ve yönetmel motivasyon araçları: Hedef belirleme, yetki ile birlikte sorumluluk devri, işletmedeki kararlara katılma, amaç birliği sağlama, eğitim ve yükselme olanakları, sağlıklı iletişim kanalları, iş güvencesi, katılımcı ve demokratik yönetim, etkin liderlik, sendikalaşma, iş tasarımı, fiziksel çalışma koşullarının iyileştirilmesi.

## **1.2. Psikolojik Yıldırma (Mobing)**

İş ile ilgili gerçekleşen psikolojik eylemlerin ifade edilmesinde topluca saldırma, yıldırma, taciz, psikolojik terör kavramları kullanılmaktadır (Leymann, 1996). Psikolojik yıldırmanın kişide ortaya çıkardığı fiziksel, sosyal ve ruhsal etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler klinik olarak da incelenmiştir (Leymann, 1990).

Araştırmada psikolojik yıldırma için kullanılan mobing kelimesinin Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük bölümünde yapılan sorgulamaya göre mobing kelimesi ‘*bezdiri*’ olarak ifade edilmiştir. Aynı sözlükte yapılan sorgulamada *bezdiri* kelimesinin anlamı “*İş yerlerinde, okullarda vb. topluluklar içinde belirli bir kişiyi hedef alıp, çalışmalarını sistemli bir biçimde engelleyip huzursuz olmasına yol açarak yıldırma, dışlama, gözden düşürme*” şeklinde tanımlanmıştır ([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&view=gts](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts), 14.02.2019).

Saldırgan bir eylem olan psikolojik yıldırmada güç dengesizliği içerisinde kendisini tam olarak savunamayan kişi kurban olarak nitelendirilmektedir. Sık sık tekrarlanan psikolojik yıldırmada eylemler fiziksel, sözel ve dolaylı yollardan yapılabilir. Kısır bir döngü olan psikolojik yıldırma, saldırgan davranışların altında gerçekleşmekte ve kendini tam olarak savunamayan bir kişiye karşı sistematik bir şekilde yapılmaktadır. Kurbanın kendi hakları gasp edilerek savunma yapması engellenmekte ve işyerinde damgalanmaktadır. Diğer taraftan bu damgalanmanın kişinin iş hayatında terfi etmesinde, işyeri olanaklarından faydalanmasında olumsuz bir imaj bırakmaktadır (Smith ve Monks, 2013).

Psikolojik yıldırma maruz kalan çalışanlar kurum içerisindeki imaj kaybını önlemek, parmakla gösterilen kişi olmamak, haklı konumda iken haksız konuma düşmemek gibi nedenlerden dolayı kendilerine yapılan olumsuz filleri görmezden gelmektedirler (Yanık, 2018). Araştırmada psikolojik yıldırma dört alt boyutta ele alınmıştır. Bunlara aşağıda değinilmiştir.

**İstikrarsızlaştırma:** Mağdurun performansını olumsuz yönde etkileyecek bilginin saklanması, yeterlilik düzeyinin altındaki işlerde çalıştırılarak ve küçük düşürülerek bu işlerin emrivaki yaptırılması, önemli görülen alanlardaki sorumlulukları kaldırılarak daha önemsiz ya da tatsız olan görevlerle değiştirilmesidir (Karaahmet vd., 2013).

**Kişisel Tehdit ve Soyutlanma:** Psikolojik yıldırma sürecinde kişi, sosyal olarak tecrit edilerek damgalanır. Çalışma koşullarında pasif hale getirilerek kişide sosyal uyumsuzluk sorunu ortaya çıkar. Kişinin olumsuz durumlara karşı durmak üzere elinde bulundurduğu kaynakların kaybolması hatta bu kaynakların kişinin aleyhine dönmesi ile birlikte sosyopsikolojik olarak bir yıkım süreci başlar (Leymann, 1990). Mağdur hakkında ortaya çıkan dedikodu ve söylentiler yayılarak mağdur görmezden gelinmekte ve dışlanmaktadır. Mağdurun tutum ve davranışları hedef alınmasıyla birlikte kendisine hakaretler edilmekte, bağırlarak aşağılayıcı söylemlerde bulunmaktadır. Parmakla gösterilen mağdurun kişisel alanına saldırarak aynı zamanda itme ve yolunu kesme şeklinde fiziksel anlamda da mağduru sindirmeye yönelik davranışlarda bulunmaktadır. Sık sık işini bırakması yönünde imalı ve düşmanca hareketlerde bulunmaktadır. İyi geçinmediği çalışanlar tarafından sürekli olarak uygunsuz şakalar yapılmakta ve aşırı sataşmalara maruz kalmaktadır (Karaahmet vd., 2013).

**Mesleğe Yönelik Tehdit:** Mağdur, görevi esnasında sürekli olarak bağırlarak küçük düşürülmekte ve birilerinin (zorbaların) öfkesine karşı hedef tahtasında durmaktadır. Göreviyle ilgili olarak mağdurun yapmış olduğu hatalar sık sık hatırlatılmakta ve işiyle ilgili göstermiş olduğu emek ve gayretler sürekli olarak eleştirilmektedir. İş ve görevi konusunda düşünce ve görüşlerine başvurulmamakta, başvurulsa bile ehemmiyet gösterilmemektedir. Aynı zamanda mağdurun yaptığı işler ve eylemler sürekli olarak takip edilmektedir (Karaahmet vd., 2013).

**Aşırı İş Yükü:** Mağdura verilen mantıksız görevlerin yanında süresi içerisinde bitirilmesi imkânsız olan görevler ve işler verilmektedir. Hakkını aramasına karşı yasal haklarını kullanması engellenmektedir. Hastalık izni aldığı zaman sürekli sorgulanmakta, doğruluğu teyit edilmektedir. Senelik izinde iken mağdurun yaptığı işler biriktirilerek ve

izinden döndüğünde üstesinden gelemeyeceği kadar aşırı iş yükü ile karşı karşıya kalmaktadır (Karaahmet vd., 2013).

## **2. YÖNTEM**

Bu araştırmada üç farklı ölçek kullanılmıştır. Birinci ve ikinci ölçek, motivasyon ölçeği olup Barles (2016)'in tezinden alınmıştır. Bu ölçekte motivasyon araçlarının önemliliği 16 ifade ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi de 16 ifadeden oluşmaktadır. Değerlendirme ifadelerine verilen toplam puanları üzerinden yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan üçüncü ölçek ise Einarsen (1996) tarafından geliştirilen Cemaloğlu (2007) tarafından Türkçe'ye uyarlanan, 21 ifade ve dört boyuttan oluşan Olumsuz Davranışlar Ölçeği (NAQ)'dir. Cemaloğlu (2007) tarafından yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin toplam varyansı 0,71 ve maddelerin Cronbach's alfa katsayısı 0,94 ve faktör yüklerinin ise 0,59 ile 0,87 arasında olduğu bulunmuştur. Karaahmet vd. (2013) tarafından Olumsuz Davranışlar Anketi Türkçe formunun güvenilirliğini ölçmek amacıyla yapılan çalışmadaki faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,919 olarak bulunmuş olup ölçek dört boyut olarak saptanmıştır. Yaptığımız araştırmada ise ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda iç tutarlılık değeri 0,914 olarak yüksek düzeyde bulunmuştur. Orijinal psikolojik yıldırma ölçeğinin alt boyutlarından olan destabilizasyon, istikrarsızlaştırma olarak; kişisel tehdit ve izolasyon ise kişisel tehdit ve soyutlanma olarak isimlendirilmiştir.

Araştırmanın evrenini Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde çalışan toplam 1076 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Belirli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklüğü hesaplandıktan sonra toplam 285 hastane çalışanlarına anket dağıtılmış olup, 251 hastane çalışanından geri dönüş sağlanmıştır. Veri girişi esnasında fark edilen ifade eksikliklerinden dolayı 29 anket formu değerlendirmeye alınmamıştır. Böylece araştırma, sağlık meslek çalışanı ve idari personel olmak üzere toplam 222 hastane çalışanı üzerinde yapılmıştır. Araştırma öncesinde İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nden gerekli kurum izni yazılı olarak alınmıştır. Anketler çalışma rotasyonu göz önünde bulundurularak gündüz (08.00–17.00 saatleri arasında) mesaisinde çalışan personel üzerinde, 01.04.2018–31.05.2018 tarihleri arasında uygulanmıştır. Ankete katılım gönüllülük esasına göre olduğundan çalışanlara karşı herhangi bir zorlama yapılmamıştır. Anket uygulanmadan önce aydınlatılmış onam formundaki gönüllülük esası, katılımcılara hem sözel hem de yazılı olarak bildirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Analizlerde dağılım normal dağılım göstermediğinden parametrik olmayan

test tekniklerinden faydalanılmıştır. İkili karşılaştırmalarda Mann Whitney-U, ikiden fazla gruplardaki karşılaştırmalarda ise Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Boyutlar arasındaki ilişki, Spearman Korelasyon testi ile analiz edilmiştir. Aynı zamanda psikolojik yıldırma ve motivasyon arasında ilişkinin yönünü ve etkisini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

### 3. BULGULAR

#### 3.1. Geçerlik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

**Tablo 1.** Geçerlik Analizi

Ölçek Adı	İfade Sayısı	KMO Değeri
1. Psikolojik Yıldırma Ölçeği	21	,901
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği Ölçeği	16	,915
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi Ölçeği	16	,933

Yapılan faktör analizi sonucunda psikolojik yıldırma ölçeğinin KMO değeri 0,901; motivasyon araçlarının önemliliği ölçeğinin 0,915 ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeğinin ise 0,933 olarak yüksek bulunmuştur.

**Tablo 2.** Güvenirlik Analizi

Ölçek ve Alt Boyutlar	İfade Sayısı	Cronbach's alfa ( $\alpha$ )
1. Psikolojik Yıldırma	21	,915
1.1. İstikrarsızlaştırma	4	,786
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	9	,878
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	5	,766
1.4. Aşırı İş Yükü	3	,668
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	16	,914
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	16	,947

Ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenirlik analizine göre Cronbach's alfa ( $\alpha$ ) değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Genel kabul edilmiş Cronbach's alfa değerlerine göre motivasyon araçlarının önemliliği (0,914) ve motive etme düzeyi güvenirlik katsayı değerleri (0,947) yüksek bulunmuştur. Psikolojik yıldırma ölçeğinin toplam skorlar üzerinden yapılan analize göre güvenirlik katsayı değeri (0,915) yüksek bulunmuştur. Ancak psikolojik yıldırma ölçeği alt boyutlarında katsayı değerleri aşırı iş yükü boyutunda (0,668) oldukça güvenilir gözükmemektedir. Diğer boyutlarda ise iyi ve kabul edilebilir güvenirliliğe sahiptir (Karagöz, 2016).

Araştırmadan elde edilen sosyo-demografik bulgular Tablo 3'te gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Sosyo-Demografik Bulgular (N=222)

<i>Yaş</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Çalışma şekli</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
18-25	29	13,1	Nöbetli	78	35,1
26-35	99	44,6	Gündüz	92	41,4
36-45	77	34,7	Vardiya	18	8,1
46 ve üzeri	17	7,7	Karışık	34	15,3
<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Haftalık Çalışma Süresi</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Erkek	59	27	40 saatten az	6	2,7
Kadın	163	73	40 saat	41	18,5
<i>Eğitim Durumu</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	40 saat üstü	175	78,8
İlköğretim	11	5,0	<i>Hastanede Çalışma Süresi</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Ortaöğretim	52	23,4	0-1 yıl	42	18,9
Ön Lisans	53	23,9	2-5 yıl	98	44,1
Lisans	85	38,3	6-10 yıl	50	22,5
Yüksek Lisans	15	6,8	11 ve üzeri	32	14,4
Doktora	6	2,7	<i>Sağlık Bakanlığında Çalışma Süresi</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Unvan</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	0-1 yıl	29	13,1
Hemşire-Ebe	71	32	2-5 yıl	102	45,9
Sağlık Memuru	35	15,8	6-10 yıl	42	18,9
Tabip-Uzman Tabip	17	7,7	11 yıl ve üzeri	49	22,1
Veri Hazırlama	14	6,3	<i>Kadronun Bağlı Olduğu Kurum</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
İşçi	25	11,3	Sağlık Bakanlığı	149	67,1
Diğer Sağlık Personeli	23	10,4	Yükseköğretim Kurumu (YÖK)	73	32,9
Diğer Personel	37	16,7	<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Çocuk Durumu</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	Evli	157	70,7
Evet	147	66,2	Bekar	65	29,3
Hayır	75	33,8	Toplam	222	100,0

Tablo 3'teki bilgilere göre katılımcıların %92,5'i 45 yaş altında olup yaklaşık %73'ünün cinsiyeti kadındır. Medeni duruma bakıldığında katılımcıların yaklaşık %29'u bekar olup evli olanların %66'sının çocuğu vardır. Araştırmaya katılan çalışanların %90,1'inin daha önce yöneticilik deneyimi yoktur. Eğitim durumuna bakıldığında en yüksek oranı lisans grubu oluşturmaktadır. İlk ve ortaöğretim mezunu oranı %28,4'tür. Katılımcıların yaklaşık %32'si hemşire/ebe çalışan grubundan oluşmaktadır. Ankete toplam 17 tabip ve uzman tabip katılmıştır. Araştırmada katılımcıların "gündüz çalışma şekli" olanların oranı %41,4 ile yüksek düzeydedir. Katılımcıların %78,8'i 40 saat üstü çalışmaktadır. Katılımcıların %85,6'sı 10 yılın altında hastanede görev yapmaktadır. Hastanenin afileye olma durumuna göre katılımcıların %59'u 0-5 yıl arasında Sağlık Bakanlığına bağlı olarak hizmet vermektedir. Araştırmaya katılan çalışanların %67,1'inin kadrosu Sağlık Bakanlığına bağlıdır.

**Tablo 4.** Normallik Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	n	p	İstatistik	n	p
1. Psikolojik Yıldırma Ölçeği	0,109	222	,000	0,916	222	,000
1.1. İstikrarsızlaştırma	0,170	222	,000	0,877	222	,000
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	0,182	222	,000	0,828	222	,000
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	0,121	222	,000	0,912	222	,000
1.4. Aşırı İş Yükü	0,200	222	,000	0,849	222	,000
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği Ölçeği	0,137	222	,000	0,829	222	,000
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi Ölçeği	0,208	222	,000	0,794	222	,000

Analizlerde kullanılacak test tekniklerini belirlemek için yapılan normallik testi analiz sonuçları yukarıdaki Tablo 4'te gösterilmektedir. Analizde ayrıca çarpıklık-basıklık (Skewness-Kurtosis) değerlerine bakıldı. Bu değerler genel kabul görmüş bir standart olmadığından -1,5 ile +1,5 arasında olması beklenmektedir. Hem psikolojik yıldırma ölçeğinde hem de motivasyon araçlarının önemliliği ile motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeğinde normallik testi sonucunda ( $p < 0,05$  olduğundan ve dağılım, normal dağılım göstermediği için) parametrik olmayan test tekniklerine göre analiz yapılmıştır.

### 3.2. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi hem genel ölçek bazında hem de boyutlar arasında ikili karşılaştırmalar yaparak boyutlar arasında ilişki olup olmadığını, ilişki var ise bu ilişkinin hangi yönde olduğunu (+/-) ortaya koymak amacıyla yapılan bir analizdir. Hipotezlerin değerlendirilmesinde de kullanılan korelasyon analizi için kullanılacak yöntem, dağılımın normalliğidir. Bununla ilgili olarak Tablo 4'te dağılımın normalliği hakkında bilgi verilmiştir. Ölçekler ve alt boyutları arasındaki korelasyon analizi Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5.** Korelasyon Analizi Sonuçları

Spearman Korelasyon Testi (n=222)		1	1.1	1.2	1.3	1.4	2	3
1. Psikolojik Yıldırma	r	1,000	,819**	,884**	,863**	,760**	-,111	,100
	p	.	,000	,000	,000	,000	,098	,137
1.1. İstikrarsızlaştırma	r		1,000	,649**	,586**	,503**	-,136*	,070
	p		.	,000	,000	,000	,043	,299
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	r			1,000	,741**	,566**	-,132	,066
	p			.	,000	,000	,050	,329
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	r				1,000	,608**	-,069	,093
	p				.	,000	,306	,167
1.4. Aşırı İş Yükü	r					1,000	-,086	,059
	p					.	,202	,384
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	r						1,000	,659**
	p						.	,000
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	r							1,000
	p							.

\*\* $p < 0,01$  (çift tırnaklı) (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\* $p < 0,05$  (çift tırnaklı) (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

r=korelasyon katsayısı; p=önemlilik

Korelasyon analizinde boyutlar arasındaki ilişkinin kuvveti aşağıdaki şekilde belirtilmiştir: 0-20 arası çok düşük; 21-40 arası düşük; 41-60 arası orta; 61-80 arası yüksek ve 81-100 arası çok yüksektir (Karagöz, 2016; Yıldırım-Kaptanoğlu ve İşçi, 2013).

Korelasyon analizi sonuçlarına göre; istikrarsızlaştırma ile motivasyon araçlarının önemliliği arasında negatif yönlü, çok zayıf kuvvette ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r=-,136$ ;  $p<0,05$ ). Motivasyon araçlarının önemliliği ile motivasyon araçlarının motive etme düzeyi arasında pozitif yönlü yüksek kuvvette istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r=,659$ ;  $p<0,01$ ). Psikolojik yıldırma ile motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Psikolojik yıldırma genel boyutu ile alt boyutları arasındaki ilişkideki kuvvet düzeyi sırası ile kişisel tehdit ve soyutlanma, mesleğe yönelik tehdit, istikrarsızlaştırma ve aşırı iş yükü şeklindedir (sırası ile;  $r=,884$ ,  $r=,863$ ,  $r=,819$ ).

### 3.3. Karşılaştırma Analizleri

**Tablo 6.** Yaş Durumuna Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Yaş	N	Sıra Ort.	ss	p	Fark
Psikolojik Yıldırma	18-25	29	116,9	0,56	,027*	2 – 4 (,003)** 3 – 4 (,005)**
	26-35	99	115,6	0,53		
	36-45	77	114,1	0,60		
	46 ve üzeri	17	66,38	0,27		
1.1. İstikrarsızlaştırma	18-25	29	109	3,80	0,10	
	26-35	99	114,3	2,90		
	36-45	77	116,9	3,63		
	46 ve üzeri	17	75,18	1,84		
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	18-25	29	114,3	4,72	,033*	3-4 (,002) **
	26-35	99	110,9	4,93		
	36-45	77	120,4	5,41		
	46 ve üzeri	17	70,12	1,74		
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	18-25	29	114,6	3,45	0,08	
	26-35	99	118,4	3,38		
	36-45	77	109,4	3,32		
	46 ve üzeri	17	75,41	2,36		
1.4. Aşırı İş Yükü	18-25	29	120,8	2,81	0,21	
	26-35	99	114,3	2,29		
	36-45	77	110,9	2,45		
	46 ve üzeri	17	82,21	1,65		
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	18-25	29	111,6	0,37	0,72	
	26-35	99	106,8	0,54		
	36-45	77	115	0,68		
	46 ve üzeri	17	123,1	0,85		
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	18-25	29	106,5	0,71	0,52	
	26-35	99	105,8	0,79		
	36-45	77	119,4	0,93		
	46 ve üzeri	17	117,5	1,03		

\* $p<0,05$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\* $p<0,0125$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Yaş grupları arasında yapılan Kruskal-Wallis H testine göre psikolojik yıldırma ölçeği puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için yapılan Bonferroni düzeltme testine göre yaş gruplarından 18-25 yaş grubu 1; 26-35 yaş grubu 2; 36-45 yaş grubu 3 ve 46 ve üzeri yaş grubu 4 olarak numaralandırılmış olup değişkendeki grup sayısı 4 olduğu için Bonferroni düzeltmesi  $0,05/4=0,0125$  olarak bulunmuştur. Farkın kaynağını bulmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre farkın 46 ve üzeri yaş grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Buna göre; “*Psikolojik yıldırma ve alt boyutları yaşa göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi, psikolojik yıldırma ile kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutunda kabul edilmiştir ( $p<0,05$ ). “*Motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi yaşa göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi reddedilmiştir ( $p>0,05$ ). Psikolojik yıldırma genel boyutunda 18-25 yaş aralığında görev yapan çalışanların katılım düzeyleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Yaş yükseldikçe psikolojik yıldırma maruziyet durumunda düşüş olduğu görülmektedir. Kişisel tehdit ve soyutlanma boyutunda ise 36-45 yaş grubundaki çalışanların katılım düzeyleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir.

**Tablo 7.** Cinsiyete Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Yaş	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	Erkek	59	114,4	0,71	0,687
	Kadın	163	110,5	0,49	
.1. İstikrarsızlaştırma	Erkek	59	111,3	4,02	0,974
	Kadın	163	111,6	2,94	
.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Erkek	59	115,1	6,63	0,611
	Kadın	163	110,2	4,17	
.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Erkek	59	112,1	3,73	0,934
	Kadın	163	111,3	3,18	
.4. Aşırı İş Yükü	Erkek	59	117,1	2,84	0,425
	Kadın	163	109,5	2,20	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Erkek	59	126,5	0,67	,036*
	Kadın	163	106,1	0,57	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Erkek	59	134,2	0,95	,002**
	Kadın	163	103,3	0,79	

\* $p<0,05$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\* $p<0,008$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

ss=standart sapma

Erkek ve kadınlar için yapılan Mann-Whitney U testine göre erkek ve kadınlar arasında motivasyon araçlarının önemliliği ölçeği ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeği puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Buna göre; “*Motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir ( $p<0,05$ ). Erkek çalışanların motivasyon puanlarının kadın çalışanların motivasyon puanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer taraftan



“Psikolojik yıldırma ve alt boyutları yaşa göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir (p>0,05).

**Tablo 8.** Medeni Duruma Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçekler ve Alt Boyutları	Yaş	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	Evli	157	112,85	0,58	0,63
	Bekar	65	108,23	0,48	
1.1. İstikrarsızlaştırma	Evli	157	112,39	3,25	0,74
	Bekar	65	109,34	3,29	
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Evli	157	111,78	5,27	0,92
	Bekar	65	110,83	4,19	
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Evli	157	111,28	3,48	0,94
	Bekar	65	112,04	2,96	
1.4. Aşırı İş Yükü	Evli	157	116,73	2,46	0,06
	Bekar	65	98,86	2,17	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Evli	157	109,6	0,57	0,49
	Bekar	65	116,09	0,69	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Evli	157	111,02	0,84	0,86
	Bekar	65	112,65	0,88	

Medeni duruma göre yapılan Mann-Whitney U testine göre ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>0,05). Bütün hipotezler reddedilmiştir.

**Tablo 9.** Çocuğu Olan ve Olmayanlara Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

	Çocuk Var mı?	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	Evet	147	107,49	,58	0.192
	Hayır	75	119,36	,50	
1.1. İstikrarsızlaştırma	Evet	147	107,56	3,22	0.196
	Hayır	75	119,21	3,33	
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Evet	147	107,53	5,18	0.193
	Hayır	75	119,28	4,55	
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Evet	147	109,03	3,50	0.420
	Hayır	75	116,33	2,98	
1.4. Aşırı İş Yükü	Evet	147	111,16	2,40	0.911
	Hayır	75	112,16	2,37	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Evet	147	109,10	,60	0.436
	Hayır	75	116,20	,61	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Evet	147	111,93	13,73	0.890
	Hayır	75	110,67	13,44	

Çocuğu olan ve olmayanlar bakımından yapılan Mann-Whitney U testine göre ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>0,05). Bütün hipotezler reddedilmiştir.

**Tablo 10.** Eğitim Durumuna Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	ss	p	Fark
1. Psikolojik Yıldırma	İlköğretim	11	85,09	0,44	,009 *	1 – 5 (,002)** 2 – 5 (,003)** 3 – 5 (,002)** 4 – 5 (,000)**
	Ortaöğretim	52	111,00	0,60		
	Ön Lisans	53	111,20	0,49		
	Lisans	85	106,80	0,48		
	Yüksek Lisans	15	169,40	0,75		
	Doktora	6	88,50	0,45		
1.1. İstikrarsızlaştırma	İlköğretim	11	86,45	2,34	0,063	
	Ortaöğretim	52	111,40	3,37		
	Ön Lisans	53	109,20	3,47		
	Lisans	85	112,40	3,11		
	Yüksek Lisans	15	150,80	3,37		
	Doktora	6	67,00	1,97		
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	İlköğretim	11	83,14	2,83	,052*	
	Ortaöğretim	52	114,10	5,82		
	Ön Lisans	53	115,30	4,50		
	Lisans	85	104,00	4,09		
	Yüksek Lisans	15	155,60	7,34		
	Doktora	6	102,20	3,19		
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	İlköğretim	11	98,91	3,36	0,109	
	Ortaöğretim	52	107,50	2,92		
	Ön Lisans	53	110,80	2,94		
	Lisans	85	109,00	3,26		
	Yüksek Lisans	15	163,90	4,63		
	Doktora	6	79,42	2,88		
1.4. Aşırı İş Yüğü	İlköğretim	11	99,50	2,34	,001*	1 – 5 (,002)** 2 – 5 (,000)** 3 – 5 (,000)** 4 – 5 (,000)**
	Ortaöğretim	52	112,30	2,42		
	Ön Lisans	53	104,70	1,95		
	Lisans	85	103,50	2,09		
	Yüksek Lisans	15	179,00	2,92		
	Doktora	6	131,40	3,27		
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	İlköğretim	11	90,73	0,51	0,681	
	Ortaöğretim	52	113,20	0,54		
	Ön Lisans	53	120,30	0,65		
	Lisans	85	106,40	0,66		
	Yüksek Lisans	15	121,20	0,48		
	Doktora	6	105,70	0,37		
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	İlköğretim	11	102,30	0,98	0,106	
	Ortaöğretim	52	117,60	0,68		
	Ön Lisans	53	124,50	0,90		
	Lisans	85	98,05	0,84		
	Yüksek Lisans	15	134,70	1,15		
	Doktora	6	92,92	0,37		

\*p&lt;0,05 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\*p&lt;0,008 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Kruskal-Wallis H testine göre eğitim durumu grupları arasında psikolojik yıldırma ölçeği ve aşırı iş yükü alt boyutunda istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için yapılan Bonferroni düzeltme testine göre değişkendeki grup sayısı 6 olduğu için 14 karşılaştırma yapılmış olup p değeri

0,05/14=0,004 olarak bulunmuş ve karşılaştırmalar  $p<0,004$  değeri üzerinden yapılmıştır. Tabloda 10'daki Bonferroni düzeltme testi sonucunda eğitim gruplarından ilköğretim grubu 1; ortaöğretim grubu 2; ön lisans grubu 3, lisans grubu 4, yüksek lisans grubu 5 ve doktora grubu 6 olarak numaralandırılmıştır. Psikolojik yıldırma ölçeği farkın kaynağını bulmak için yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre farkın ilköğretim-yüksek lisans ortaöğretim-yüksek lisans, ön lisans-yüksek lisans ve lisans-yüksek lisans eğitim grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Aşırı iş yükü boyutunda farkın ilköğretim-yüksek lisans; ortaöğretim-yüksek lisans; ön lisans-yüksek lisans ve lisans-yüksek lisans eğitim grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Motivasyon araçlarının önemliliği, motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ile psikolojik yıldırma ölçeğinin diğer alt boyutlarından istikrarsızlaştırma ve mesleğe yönelik tehdit alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). *“Motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.”* hipotezi reddedilmiştir. *“Psikolojik yıldırma ve alt boyutları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.”* hipotezi, psikolojik yıldırma ile birlikte aşırı iş yükü alt boyutunda kabul edilmiştir. Yüksek lisans mezunu çalışanların psikolojik yıldırma puanının diğer gruplara göre yüksek olduğu, bu sonuçlara göre yüksek lisans mezunlarının daha çok psikolojik yıldırmaya maruz kaldıkları söylenebilir. İlköğretim ile doktora mezunları en düşük psikolojik yıldırmaya maruz kalan gruptadır ve psikolojik yıldırma düzeyleri birbirine yakın bulunmuştur.

**Tablo 11.** Mesleki Duruma Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Unvan	N	Sıra Ort.	ss	p	Fark
1. Psikolojik Yıldırma	Hemşire-Ebe	71	123,75	,54	,004*	1-4 (,003)** 1-6 (,005)** 2-4 (,003)** 4-5 (,006)**
	Sağlık Memuru	35	130,34	,63		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	103,21	,65		
	Veri Haz.	14	67,93	,37		
	İşçi	25	122,18	,48		
	Diğer Sağl. Pers.	23	79,98	,41		
	Diğer Pers.	37	102,85	,55		
1.1. İstikrarsızlaştırma	Hemşire-Ebe	71	118,72	3,21	,008*	1-6 (,004)** 2-6 (,001)** 5-6 (,003)**
	Sağlık Memuru	35	131,97	3,31		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	100,79	2,82		
	Veri Haz.	14	80,04	2,21		
	İşçi	25	127,84	3,15		
	Diğer Sağl.Pers.	23	76,20	1,64		
	Diğer Pers.	37	106,01	4,11		
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Hemşire-Ebe	71	117,39	5,02	,069	
	Sağlık Memuru	35	132,77	5,73		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	100,24	5,29		
	Veri Haz.	14	83,07	3,13		
	İşçi	25	120,46	4,65		
	Diğer Sağl.Pers.	23	89,20	4,19		
	Diğer Pers.	37	103,82	4,99		
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Hemşire-Ebe	71	127,48	3,72	,008*	1-6 (,006)**
	Sağlık Memuru	35	126,80	3,33		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	99,35	4,07		
	Veri Haz.	14	74,36	2,25		
	İşçi	25	114,96	3,15		
	Diğer Sağl.Pers.	23	83,89	2,17		
	Diğer Pers.	37	100,82	2,48		
1.4. Aşırı İş Yüğü	Hemşire-Ebe	71	120,53	2,45	,019*	1-4 (,002)** 2-4 (,006)**
	Sağlık Mem.	35	123,31	2,62		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	124,24	3,55		
	Veri Haz.	14	65,00	1,12		
	İşçi	25	118,44	1,90		
	Diğer Sağl.Pers.	23	86,46	1,64		
	Diğer Pers.	37	105,62	2,08		
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliğı	Hemşire-Ebe	71	96,85	,62	,092	
	Sağlık Memuru	35	112,06	,42		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	103,74	,35		
	Veri Haz.	14	114,36	1,02		
	İşçi	25	110,08	,53		
	Diğer Sağl.Pers.	23	143,67	,62		
	Diğer Pers.	37	122,53	,63		
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Hemşire-Ebe	71	104,99	14,96	,382	
	Sağlık Memuru	35	117,43	14,61		
	Tabip- Uzm.Tabip	17	82,85	6,01		
	Veri Haz.	14	117,39	20,28		
	İşçi	25	112,18	13,32		
	Diğer Sağl.Pers.	23	126,59	11,85		
	Diğer Pers.	37	119,47	10,10		

\*p&lt;0,05 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\*p&lt;0,007 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Mesleki durum için yapılan Kruskal-Wallis H testine göre gruplar arasında psikolojik yıldırma ölçeği, istikrarsızlaştırma, mesleğe yönelik tehdit ve aşırı iş yükü alt boyutunda istatistiksel anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için Bonferroni düzeltme testine göre değişkendeki grup sayısı 7 olduğu için 18 karşılaştırma yapılmış olup p değeri  $0,05/14=0,0028$  olarak bulunmuş ve karşılaştırmalar  $p < 0,0028$  değeri üzerinden yapılmıştır. Tablo 11'deki Bonferroni düzeltme testi sonucunda meslek gruplarından hemşire-ebe grubu 1; sağlık memuru grubu 2; tabip-uzm.tabip grubu 3, veri hazırlama grubu 4, işçi grubu 5, diğer sağlık personeli grubu 6 ve diğer personel 7 olarak numaralandırılmıştır. Farkın kaynağını bulmak amacıyla ikili gruplar arasında yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre; psikolojik yıldırma ölçeğinde farkın *hemşire-ebe ile veri hazırlama; hemşire-ebe ile diğer sağlık personeli; sağlık memuru - veri hazırlama; veri hazırlama – işçi* grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. İstikrarsızlaştırma boyutunda farkın *hemşire-ebe ile diğer sağlık personeli; sağlık memuru ile diğer sağlık personeli; işçi ile diğer sağlık personeli* grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Mesleğe yönelik tehdit boyutunda farkın *hemşire-ebe ile diğer sağlık personeli* grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Aşırı iş yükü boyutunda farkın *hemşire-ebe ile veri hazırlama; sağlık memuru ile veri hazırlama* grubundan kaynaklandığı bulunmuştur. Motivasyon araçlarının önemliliği ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ile psikolojik yıldırma ölçeğinin diğer alt boyutlarından kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutunda istatistiksel anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ). “*Psikolojik yıldırma ve alt boyutları mesleki duruma göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi, psikolojik yıldırma ile birlikte istikrarsızlaştırma, mesleğe yönelik tehdit ve aşırı iş yükü alt boyutunda kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutunda ise hipotez reddedilmiştir ( $p > 0,05$ ). “*Motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi mesleki duruma göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi reddedilmiştir ( $p > 0,05$ ). Genel olarak sağlık memurlarının psikolojik yıldırma puanlarının diğer meslek gruplarına göre daha yüksek olduğu ve daha çok psikolojik yıldırmaya maruz kaldıkları söylenebilir.

**Tablo 12.** Daha Önce Yöneticilik Yapma Durumuna Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Cevap	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	Evet	22	131,95	,70	,115
	Hayır	200	109,25	,53	
1.1. İstikrarsızlaştırma	Evet	22	117,91	3,89	,618
	Hayır	200	110,80	3,19	
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Evet	22	135,82	5,89	,059
	Hayır	200	108,83	4,82	
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Evet	22	127,66	4,92	,210
	Hayır	200	109,72	3,07	
1.4. Aşırı İş Yükü	Evet	22	123,86	2,64	,333
	Hayır	200	110,14	2,36	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Evet	22	106,91	,34	,724
	Hayır	200	112,01	,63	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Evet	22	115,02	,96	,786
	Hayır	200	111,11	,84	

Daha önce yöneticilik yapma durumuna göre çalışanlar arasında psikolojik yıldırma ölçeği, motivasyon araçlarının önemliliği ölçeği ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeği bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla tüm hipotezler reddedilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 13.** Hastanedeki Çalışma Süresine Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Yıl	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	0-1 yıl	42	107,01	,56	,864
	2-5 yıl	98	115,13	,53	
	6-10 yıl	50	107,37	,62	
	11 yıl ve üzeri	32	112,73	,51	
1.1. İstikrarsızlaştırma	0-1 yıl	42	102,68	3,65	,690
	2-5 yıl	98	111,82	3,37	
	6-10 yıl	50	112,53	3,00	
	11 yıl ve üzeri	32	120,50	2,88	
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	0-1 yıl	42	103,11	4,67	,727
	2-5 yıl	98	116,04	4,97	
	6-10 yıl	50	109,05	5,27	
	11 yıl ve üzeri	32	112,45	5,03	
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	0-1 yıl	42	111,64	3,30	,830
	2-5 yıl	98	114,27	3,17	
	6-10 yıl	50	111,95	3,75	
	11 yıl ve üzeri	32	102,13	3,27	
1.4. Aşırı İş Yükü	0-1 yıl	42	109,83	2,92	,983
	2-5 yıl	98	112,54	2,31	
	6-10 yıl	50	109,27	2,21	
	11 yıl ve üzeri	32	114,00	2,24	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	0-1 yıl	42	106,08	,48	,821
	2-5 yıl	98	112,68	,57	
	6-10 yıl	50	117,07	,80	
	11 yıl ve üzeri	32	106,30	,49	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	0-1 yıl	42	102,95	,68	,803
	2-5 yıl	98	114,30	,84	
	6-10 yıl	50	113,67	1,00	
	11 yıl ve üzeri	32	110,77	,83	

Hastanedeki çalışma süresine göre çalışanlar arasında psikolojik yıldırma ölçeği, motivasyon araçlarının önemliliği ölçeği ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeği bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla tüm hipotezler reddedilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 14.** Sağlık Bakanlığı'ndaki Çalışma Süresine Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Yıl	N	Sıra Ort.	ss	p	Fark
Psikolojik Yıldırma	0-1 yıl	29	114,60	0,59	,600	
	2-5 yıl	102	116,15	0,54		
	6-10 yıl	42	110,01	0,57		
	11 yıl ve üzeri	49	101,27	0,54		
1.1. İstikrarsızlaştırma	0-1 yıl	29	113,26	3,64	,505	
	2-5 yıl	102	114,03	3,24		
	6-10 yıl	42	118,00	3,42		
	11 yıl ve üzeri	49	99,61	2,93		
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	0-1 yıl	29	106,09	4,77	,912	
	2-5 yıl	102	114,64	4,77		
	6-10 yıl	42	109,71	5,03		
	11 yıl ve üzeri	49	109,69	5,56		
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	0-1 yıl	29	115,31	3,55	,478	
	2-5 yıl	102	117,31	3,47		
	6-10 yıl	42	106,96	3,22		
	11 yıl ve üzeri	49	101,03	2,95		
1.4. Aşırı İş Yükü	0-1 yıl	29	117,60	3,15	,612	
	2-5 yıl	102	115,61	2,29		
	6-10 yıl	42	107,48	2,17		
	11 yıl ve üzeri	49	102,78	2,26		
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	0-1 yıl	29	101,09	0,46	,116	
	2-5 yıl	102	106,74	0,49		
	6-10 yıl	42	132,61	0,90		
	11 yıl ve üzeri	49	109,48	0,51		
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	0-1 yıl	29	93,60	0,50	,042*	1-3**
	2-5 yıl	102	106,45	0,77		
	6-10 yıl	42	134,23	1,09		
	11 yıl ve üzeri	49	113,13	0,86		

\*p&lt;0,05 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\*p&lt;0,0125 (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Sağlık Bakanlığı'ndaki çalışma süresi için yapılan Kruskal-Wallis H testine göre yalnızca motivasyon araçlarının motive etme düzeyi puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Gruplar arasındaki farkın kaynağını ortaya çıkarmak için Bonferroni düzeltme testine göre değişkendeki grup sayısı 4 olduğu için 6 karşılaştırma yapılmış, p değeri  $0,05/6=0,0083$  olarak bulunmuş ve karşılaştırmalar  $p<0,0083$  değeri üzerinden yapılmıştır. Tablo 14'teki Bonferroni düzeltme testi sonucunda Sağlık Bakanlığı'ndaki çalışma süresi gruplarından 0-1 yıl grubu 1; 2-5 yıl grubu 2; 6-10 yıl grubu 3 ve 11 yıl ve üzeri 4 olarak numaralandırılmıştır. Farkın kaynağını bulmak amacıyla ikili gruplar arasında yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre farkın 0-1 yıl ile 6-10 yıl arasındaki çalışanlardan kaynaklandığı bulunmuştur. “*Motivasyon araçlarının motive etme düzeyi Sağlık Bakanlığı'ndaki çalışma süresine göre farklılık göstermektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir. Diğer taraftan psikolojik yıldırma ve alt boyutları ile birlikte motivasyon araçlarının önemliliği



puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla diğer tüm hipotezler reddedilmiştir ( $p>0,05$ ).

**Tablo 15.** Kadronun Bağlı Olduğu Kuruma Göre Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Puanları Bakımından Karşılaştırma

Ölçek ve Alt Boyutlar	Kurum	N	Sıra Ort.	ss	p
1. Psikolojik Yıldırma	Sağlık Bakanlığı	149	104,52	0,53	,021*
	YÖK	73	125,74	0,57	
1.1. İstikrarsızlaştırma	Sağlık Bakanlığı	149	107,46	3,36	,176
	YÖK	73	119,74	3,05	
1.2. Kişisel Tehdit ve Soyutlanma	Sağlık Bakanlığı	149	105,21	4,97	,035*
	YÖK	73	124,33	4,93	
1.3. Mesleğe Yönelik Tehdit	Sağlık Bakanlığı	149	105,52	3,03	,046*
	YÖK	73	123,70	3,76	
1.4. Aşırı İş Yükü	Sağlık Bakanlığı	149	103,27	2,16	,005**
	YÖK	73	128,30	2,69	
2. Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Sağlık Bakanlığı	149	109,41	0,62	,489
	YÖK	73	115,76	0,58	
3. Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Sağlık Bakanlığı	149	111,96	0,88	,878
	YÖK	73	110,55	0,78	

\* $p<0,05$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

\*\* $p<0,01$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Kadronun bağlı olduğu kurum için yapılan Mann-Whitney U testine göre; psikolojik yıldırma puanları ile kişisel tehdit ve soyutlanma, mesleğe yönelik tehdit ve aşırı iş yükü alt boyutu bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Dolayısıyla “Psikolojik yıldırma ve alt boyutları (istikrarsızlaştırma hariç) kadronun bağlı olduğu kuruma göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir. Motivasyon araçlarının önemliliği ile motivasyon araçlarının motive etme düzeyi puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Kadrosu YÖK’e bağlı olan çalışanların ifadelerine katılım düzeyi ortalaması, Sağlık Bakanlığı çalışanlarının katılım düzeyi ortalamasından daha yüksektir.

### 3.4. Regresyon Analizleri

Çalışmada psikolojik yıldırmanın motivasyon araçlarını etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizleri yapılmış olup Tablo 16 ve Tablo 17’de ayrı ayrı gösterilmektedir.

**Tablo 16.** Psikolojik Yıldırmanın Motivasyon Araçlarının Önemliliğini Etkilemesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	sh	t	F	R	R <sup>2</sup>	p
Motivasyon Araçlarının Önemliliği	Sabit	1,962	,130	15,142	3,954	,133	0,018	,048*
	Psikolojik Yıldırma	-0,146	0,073	1,989				

\* $p<0,05$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Psikolojik yıldırmanın motivasyon araçlarının önemliliğini etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 16’da verilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=3,954$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre psikolojik yıldırma, motivasyon araçlarının önemliliğini ( $B= -0,146$ ;  $p<0,05$ ) etkilemektedir. Regresyon modeline göre motivasyon araçlarının önemliliğinin %1,8’ini psikolojik yıldırma açıklamaktadır. Dolayısıyla “*Psikolojik yıldırma, motivasyon araçlarının önemliliğini etkilemektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 17.** Psikolojik Yıldırmanın Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyini Etkilemesi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	sh	t	F	R	R <sup>2</sup>	p
Motivasyon Araçlarının Motive Etme Düzeyi	Sabit	22,357	2,877	7,771	9,351	,202	0,041	,003*
	Psikolojik Yıldırma	4,974	1,626	3,058				

\* $p<0,01$  (İstatistiksel Anlamlılık Değeri)

Psikolojik yıldırmanın motivasyon araçlarının motive etme düzeyini etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 17’de verilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=9,351$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre psikolojik yıldırma, motivasyon araçlarının motive etme düzeyini ( $B= 4,974$ ;  $p<0,05$ ) etkilemektedir. Regresyon modeline göre motivasyon araçlarının motive etme düzeyinin %4,1’ini psikolojik yıldırma açıklamaktadır. Dolayısıyla “*Psikolojik yıldırma, motivasyon araçlarının motive etme düzeyini etkilemektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir. Her iki regresyon analizi sonuna göre; motivasyon araçlarının önemliliği ( $F=3,954$ ;  $R^2=0,018$ ) ve motive etme düzeyi ( $F=9,351$ ;  $R^2=0,041$ ) üzerinde psikolojik yıldırmanın etkisi çok düşük düzeydedir.

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Araştırmadan elde edilen sonuçlar çerçevesinde Sağlık Bakanlığı ile YÖK arasındaki işbirliğinin (afiliasyonun) etkin bir şekilde, bilhassa istihdam açısından Sağlık Bakanlığının öncülüğünde yürütüldüğü görülmektedir. Son dönemlerde işbirliği yapılan kurumların sayısının giderek artması ile tıp fakültesi olarak hizmet veren sağlık tesislerinin Sağlık Bakanlığında eğitim ve araştırma hastanesi düzeyinde hizmet sunması sonucunda Kamu Personeli Seçme Sınavı ile kadrosu Sağlık Bakanlığı’na bağlı olarak atamalar yapılmaktadır. Münferit örnekler olarak rektörlükler tarafından da sözleşmeli personel istihdam edildiği görülmektedir. Çalışmadan ortaya çıkan sonuca göre hastanedeki sağlık hizmetlerinin kadın ağırlıklı sağlık meslek mensupları tarafından verildiğini göstermektedir. Haftalık çalışma süresine bakılarak hastanedeki çalışan sayısının yetersiz olduğu söylenebilmektedir.

Çalışanların önemli bir kısmı devlet memurları için belirlenen haftalık 40 saat çalışma süresinin üzerinde hizmet vermektedir.

Korelasyon analizi sonucunda psikolojik yıldırma ile motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Gözüm ve Karaçor (2017) tarafından yapılan çalışmada çalışanların hem motivasyon toplam skorları açısından hem de motivasyon ölçeğinin alt boyutları açısından orta düzeyde motivasyona sahip oldukları bulunmuştur. Aynı çalışmada çalışanların çok düşük düzeyde olumsuz davranışlarla karşılaştıkları bulunmuştur.

Yaş grupları arasında psikolojik yıldırma ölçeği ve kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutu puanları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Psikolojik yıldırma genel boyutunda psikolojik yıldırmaya maruz kalan çalışanların 26-35 yaş ile 46 ve üzeri yaş grubu ve 36-45 yaş ve 46 ve üzeri yaş grubu görev yapan çalışanları olduğu görülmektedir. Kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutunda ise farkın kaynağı 36-45 yaş ve 46 ve üzeri yaş grubu görev yapan çalışanlardır. Hem psikolojik yıldırma ölçeğinde hem de kişisel tehdit ve soyutlanma alt boyutunda 46 yaş ve üzeri çalışanların psikolojik yıldırma puanı diğer yaş gruplarına göre daha düşüktür. Dolayısıyla yaşı büyük olan çalışanların yaşı küçük olan çalışanlara nispeten psikolojik yıldırmaya maruz kalma durumu daha zayıftır. Yani yaş yükseldikçe psikolojik yıldırmaya maruziyet durumunda düşüş olduğu görülmektedir. Tüfekçi (2014) tarafından yapılan çalışmada da yaşa göre psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından anlamlı farklılık bulunamamıştır ( $p>0,05$ ).

Yaş grupları arasında motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Araştırmamızın aksine Barles (2016) tarafından yapılan çalışmada motivasyon araçlarının önemliliği düzeyinde yaşa bağlı istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ).

Cinsiyete göre motivasyon araçlarının önemliliği ve motive etme düzeyi açısından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Erkek çalışanların motivasyon puanlarının kadın çalışanların motivasyon puanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer taraftan psikolojik yıldırma ve alt boyutlarında yaşa göre istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Tüfekçi (2014) tarafından yapılan çalışmada cinsiyete göre psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından anlamlı farklılık bulunamamıştır ( $p>0,05$ ). Tarakçıoğlu vd. (2010) tarafından Ankara'da faaliyet gösteren bir sağlık işletmesinde büro çalışanları üzerinde yapılan bir çalışmada cinsiyet değişkenine göre ekonomik motivasyon araçları açısından anlamlı

farklılık olduğu ( $p < 0,05$ ), örgütsel ve yönetsel motivasyon araçları açısından anlamlı farklılığın olmadığı ( $p > 0,05$ ) ancak psikolojik ve sosyal motivasyon araçları açısından anlamlı farklılığın olduğu bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). İnce ve Gençay (2017) tarafından yapılan çalışmada da cinsiyete göre motivasyon araçları açısından anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

Medeni duruma göre hem motivasyon hem de psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık yoktur ( $p > 0,05$ ). Tüfekçi (2014) tarafından yapılan çalışmada medeni duruma göre psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından anlamlı farklılık bulunamamıştır ( $p > 0,05$ ). Tarakçıoğlu vd. (2010) ve İnce ve Gençay (2017) tarafından yapılan çalışmalarda da medeni duruma göre motivasyon araçlarında anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p > 0,05$ ).

Çocuğu olan ve olmayanlara göre hem motivasyon hem de psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ). Tüfekçi (2014) tarafından yapılan çalışmada çocuğu olan ve olmayanlara göre psikolojik yıldırma ölçek puanları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunamamıştır ( $p > 0,05$ ).

Eğitim durumuna göre gruplar arasında psikolojik yıldırma ölçeği, kişisel tehdit ve soyutlanma ve aşırı iş yükü alt boyutunda istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Yüksek lisans mezunu çalışanların psikolojik yıldırma puanının diğer gruplara göre yüksek olduğu, bu sonuçlara göre yüksek lisans mezunlarının daha çok psikolojik yıldırmaya maruz kaldıkları söylenebilir. İlköğretim ile doktora mezunları en düşük psikolojik yıldırmaya maruz kalan gruptadır ve psikolojik yıldırma düzeyleri birbirine yakın bulunmuştur. Atıcı-Türkeli (2015) tarafından yapılan çalışmada da eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların psikolojik yıldırmaya maruz kalma düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Motivasyon araçlarının önemliliği, motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ile psikolojik yıldırma ölçeğinin diğer alt boyutlarından istikrarsızlaştırma ve mesleğe yönelik tehdit alt boyutunda anlamlı fark bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ). Araştırmamızın aksine İnce ve Gençay (2017) tarafından yapılan çalışmada eğitim durumuna göre motivasyon araçları açısından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ).

Meslek grupları arasında psikolojik yıldırma ölçeği, istikrarsızlaştırma, mesleğe yönelik tehdit ve aşırı iş yükü alt boyutunda istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Genel olarak sağlık memurlarının psikolojik yıldırma puanlarının diğer meslek gruplarına göre daha yüksek olduğu ve daha çok psikolojik yıldırmaya maruz kaldıkları söylenebilir. Yorulmaz ve Gençtürk (2018) tarafından yapılan çalışmada bazı meslek gruplarının (bilhassa tabipler) diğer

meslek grupları üzerinde baskı oluşturduğu, özellikle tabip dışı sağlık yöneticilerinin yönetsel perspektif açısından sağlık yönetimi mezunlarının önünü engellediği düşünülmektedir. Yönetim işi profesyonellik gerektiren bir uğraş alanı olduğundan sağlık yönetimi eğitimi alan çalışanlara yönetsel görevler verilerek istihdamın artırılması ve yatay organizasyon yapısı ile hekimlere bağlı yönetim anlayışının optimal noktaya çekilmesi ile bu baskının azaltılabileceği öngörülmektedir.

Daha önce yöneticilik yapma ve hastanedeki çalışma süresine durumuna göre çalışanlar arasında psikolojik yıldırma ölçeği, motivasyon araçlarının önemliliği ölçeği ve motivasyon araçlarının motive etme düzeyi ölçeği bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Sağlık Bakanlığı'ndaki çalışma süresine göre motivasyon araçlarının motive etme düzeyi puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ancak psikolojik yıldırma ve alt boyutları ile birlikte motivasyon araçlarının önemliliği puanları bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Kadronun bağlı olduğu kuruma psikolojik yıldırma puanları ile kişisel tehdit ve soyutlanma, mesleğe yönelik tehdit ve aşırı iş yükü alt boyutu bakımından istatistiksel anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Motivasyon araçlarının önemliliği ile motivasyon araçlarının motive etme düzeyi puanları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Kadrosu YÖK'e bağlı olan çalışanların ifadelerine katılım düzeyi ortalaması, Sağlık Bakanlığı çalışanlarının katılım düzeylerinden daha yüksektir. Genel psikolojik yıldırma boyutunda kadro durumuna göre çalışanların psikolojik yıldırmaya uğradıkları, bu durumun hastanenin afiliye bir hastane olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Motivasyon düzeylerine göre hem YÖK personelinin hem de Sağlık Bakanlığı personelinin eşit düzeyde olduğu görülmektedir. Sağlık Bakanlığı personellerinin psikolojik yıldırma düzeyleri yüksek olmasına rağmen YÖK personeli ile eşit seviyede motive oldukları görülmektedir. Kurum yöneticilerinin çalışanların motivasyonunun artırılması hususunda kurum amaç ve hedefleri doğrultusunda iyileştirmeler yapması, çalışanlara karşı uygulanabilecek psikolojik şiddet olaylarının incelenmesini sağlayarak düzeltici ve önleyici faaliyetlerde bulunmaları gerekmektedir. Çalışanların kadro durumuna bakarak değil işe karşı göstermiş oldukları özverileri doğrultusunda davranışta bulunmaları gerekmektedir.

Çalışmada psikolojik yıldırma ile ilgili ifadelerde çalışanların ifadelerine verdikleri ortalamaya bakıldığında en yüksek ortalaması (2,10) olan ifade "İşinizin aşırı denetlenmesidir".

Bu ortalama 5'li Likerte göre Bazen seçeneğine karşılık gelmektedir. Ölçeğin toplam bazında yapılan değerlendirmeye göre genel ortalama 1,68'dir. Dolayısıyla çalışanların psikolojik yıldırma düzeyi düşük çıkmıştır. Bu çerçevede psikolojik yıldırmanın düşük çıkmasının motivasyon düzeylerinde çok az da olsa olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Tüfekçi (2014) tarafından yapılan çalışmada acil tıp uzmanlık öğrencilerinde psikolojik yıldırma düzeyinin de düşük çıktığı bulunmuştur.

Motivasyon araçlarının motive etme düzeyi toplam puan ortalamasına (1,92) göre motivasyon araçlarının çalışanları motive ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Motivasyon araçlarının motive etme düzeyi puan ortalaması, motivasyon araçlarının önemliliğinden daha yüksek olup bu sonuçlarla çalışanların motive etme düzeyinde ekonomik, psiko-sosyal ve örgütsel-yönetmel motivasyon araçlarını ön planda tuttıkları sonucuna ulaşılabilir. Gözüm ve Karaçor (2017) tarafından araştırmanın sonuçlarına göre çalışanların iş yaşamlarındaki motivasyon düzeyleri orta seviyede bulunmuştur.

Motivasyon araçlarının önemliliği ( $F=3,954$ ;  $R^2=0,018$ ) ve motive etme düzeyi ( $F=9,351$ ;  $R^2=0,041$ ) üzerinde psikolojik yıldırmanın etkisi çok düşük düzeydedir. Gözüm ve Karaçor (2017) tarafından yapılan çalışmada da olumsuz davranışların motivasyona etki düzeyinin çok düşük çıktığı bulunmuştur.

Psikolojik yıldırmanın çalışan motivasyonu üzerinde çok düşük bir etkisi olduğundan ve aralarında ilişki bulunamadığı için motivasyonu etkileyen başka değişkenlerle açıklanmasına ihtiyaç vardır. Diğer taraftan sağlık sektöründe hizmet veren diğer sağlık kuruluşlarında da benzer çalışmalarla karşılaştırmalar yapılması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Atıcı- Türkeli, H. (2015). Mobbing ve Mobbingin Örgütsel Bağlılığa Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Danışman: Prof. Dr. Mehmet Fikret GEZGİN.
- Barles, M. (2016). İşgörenlerin Motivasyon Araçlarını Algılaması Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma Sağlık Bakanlığında Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Danışman: Yrd. Doç. Dr. Hakan KOÇ.
- Donnelly J.H., Gibson J.L., ve Ivancevich J.M. (1987). *Fundamentals of Management*. Six Edition. Texas. Business Publications.
- Fernandez, M.D., Garcia, M.L. ve Picos, A.P. (2012). Motivation in The Field of Tourism: An Analysis of its Influence on Consumer Decisions and Its Implications for The Planning of Tourist Services, (Ed. Franco, J.N., Svendsgaard, A.E.), *Handbook on Psychology of Motivation New Research*, Nova Publishers. New York.
- Gözüm, P. ve Karaçor, S. (2017). Mobbing Algısı ile Motivasyon İlişkisi: Kamu ve Özel Kurum Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 9(20), 497-515.
- <https://tez.yok.gov.tr>, Erişim Tarihi: 19.11.2018.
- İncesu, E., Yorulmaz, M. ve Evirgen, H. (2017). Örgütsel Sinizmin Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Hastane Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*. 3, 370-380.
- Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü. Hasta, Çalışan Hakları ve Güvenliği Dairesi Başkanlığı, 27.12.2017 tarihli Çalışan Motivasyonu Konulu Genel Yazı.
- Karaahmet, E. Kıran, S., Atik, L. Atasoy, N., Saraçlı, Ö., Ankaralı, H. ve Konuk, N. (2013). İş yerinde yıldırıma maruz kalımı ölçmek için kullanılan Olumsuz Davranışlar Anketi Türkçe formunun güvenilirliği. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 14:275-82.
- Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Keser, A., (2012). Örgütlerde Motivasyon (Ed. Memet Zencirkıran), Örgüt Sosyolojisi, Bursa: Dora Basım.
- Koçel, T. (2005). İşletme Yöneticiliği Beta Basım Yayınevi. 10.Basım, İstanbul.
- Koçel, T. (2011). İşletme Yöneticiliği Beta Basım Yayınevi. İstanbul.
- Leontiev, D.A. (2012). From Drive to Need and Further: What is Human Motivation About, (Ed. D. A. Leontiev, In: *Motivation, Consciousness and Self-Regulation*), Nova Science Publishers. 9-25.
- Leymann, H. (1990). Mobbing and psychological terror at workplaces. *Violence and Victims*, 5(2), 119-126.
- Leymann, H. (1996). The content and development of mobbing at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 165-184.
- Poli, R. (2010). The Structure of Motivation: A First Introduction. (Ed. Causality and Motivation), Chapter:1, 7-22.
- Sapru R.K. (2013). *Administrative Theories and Management Thought*. Third Edition. PHI Learning Private Limited. Delhi. India.
- Sayar, K. ve Dinç, M. (2013). *Psikolojiye Giriş*. DEM Yayınları. 4. Baskı. İstanbul.
- Smith, P.K. and Monks, C.P. (2013). Concepts of Bullying: Developmental and Cultural Aspects. Chapter 1. (Ed.: Merrick, J., & Srabstein, J. C.). *Bullying: A Public Health Concern*. Hauppauge, New York: Nova Science Publishers, Inc. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=607819&lang=tr&site=eds-live&scope=site&authtype=uid>.
- Tarakçıoğlu, S., Sökmen, A. ve Boylu, Y. (2010). Motivasyon Araçlarının Değerlendirilmesi: Ankara'da Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/1, 3-20.
- Taşkaya, S., Şahin, B., Demirkıran, M., Yorulmaz, M. ve Yalçın Balçık, P. (2016). The relationship between health indicators and development ranks of provinces in Turkey, *Sanitas Magisterium*, 2, 103-110. <http://dx.doi.org/10.12738/SM.2016.2.0023>.

- Tüfekçi, M. (2014). Acil Tıp Uzmanlık Öğrencilerinde Mobbing Algı Düzeylerinin İncelenmesi. Tıpta Uzmanlık Tezi. Tıp Fakültesi Acil Tıp Anabilim Dalı. Mersin Üniversitesi. Mersin.
- Weissman, D. (2010). Two Kinds of Motivation: Character and Reward. (Ed. Causality and Motivation), Chapter:1, 51-63.
- Yanık, O. (2018). Mağdurların Yıldırmaya Karşı Agresif Açıdan Tepki Göstermesi ile Tepkisiz Kalmasının Altında Yatan Bireysel ve Çalışma Hayatına İlişkin Faktörler. Business and Economics Research Journal. 9(2), 395-411. doi: 10.20409/berj.2018.112.
- Yıldırım-Kaptanoğlu A. ve İşçi E. (2013). Sağlık Alanında Hipotezden Teze: Veri Toplama ve Çözümleme Serüveni. Beşir Kitabevi, İstanbul.
- Yorulmaz, M., ve Gençtürk, M. (2018). Türkiye’de Sağlık Yönetimi Mesleğinin Karşılaştığı Temel Sorunlar Nitel Bir Çalışma. Business and Management Studies: An International Journal, 6(4), 1310–1321.



**Citation:** Ballı A.İ.K. & Üstün F. (2019), Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Uygulamalı Girişimcilik Eğitime Katılanlar Üzerine Bir Çalışma, BMMJ, (2019), 7(1): 308-326 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1068>

## GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: UYGULAMALI GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNE KATILANLAR ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Ayşe İpek KOCA BALLI<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 06/02/2019

Ferda ÜSTÜN<sup>2</sup>

Accepted (Kabul Tarihi): 12/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmanın amacı, uygulamalı girişimcilik eğitime katılanların girişimci kişilik özelliklerini ve girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki rolünü belirlemektir. Araştırma amaçları doğrultusunda tasarlanan ölçme aracında girişimci kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla İşcan ve Kaygın (2011) tarafından geliştirilen girişimci kişilik özellikleri ölçeği; girişimcilik niyetini belirlemek amacıyla ise Liñán ve Chen (2009) tarafından geliştirilen girişimcilik niyeti ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarında en yüksek olarak gözlenen girişimci kişilik özelliğinin kendine güven, en düşük olarak gözlenen girişimci kişilik özelliğinin ise belirsizliğe karşı tolerans, olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven, başarıya ihtiyacı, iç kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bununla birlikte risk alma ve yenilikçilik ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.*

**Anahtar Sözcükler:** Girişimci Kişilik Özellikleri, Girişimcilik Niyeti, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi

**JEL Kodları:** M10, M13

## THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL PERSONALITY CHARACTERISTICS ON ENTREPRENEURIAL INTENTION: A STUDY ON PARTICIPANTS IN APPLIED ENTREPRENEURSHIP TRAINING

### ABSTRACT

*The aim of this study is to determine the entrepreneurial personality characteristics of entrepreneur candidates participating in applied entrepreneurship training and the effects of entrepreneurial personality characteristics on the entrepreneurial intention. In order to determine entrepreneurial personality characteristics was used the entrepreneurial personality characteristics scale developed by İşcan and Kaygın (2011); in order to determine the entrepreneurial intention was used the entrepreneurial intention scale developed by Liñán and Chen (2009). The results of the study showed that the highest level of entrepreneurial personality traits was self-confidence and the lowest entrepreneurial personality characteristics were tolerance to uncertainty. Moreover, there were significant relationships between self-confidence, need for achievement, internal control focus, tolerance to uncertainty and entrepreneurial intention. However, there was no significant relationship between risk-taking, innovation and entrepreneurial intention.*

**Keywords:** Entrepreneurial Personality Characteristics, Entrepreneurship Intention, Applied Entrepreneurship Training

**JEL Codes:** M10, M13

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, [ikocaballi@cu.edu.tr](mailto:ikocaballi@cu.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0001-7808-5807>

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, [ferdakervanci@nevsehir.edu.tr](mailto:ferdakervanci@nevsehir.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-7397-8048>

## **1. GİRİŞ**

Üretim faktörlerinden biri olan ve diğer üretim faktörlerini bir araya getirilmesini sağlayan girişimci kavramı, ilk kez İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından 18. yüzyılın başlarında tanımlandığı günden bugüne kadar serbest piyasa ekonomisinin en önemli aktörlerinden biri olarak görülmektedir. Günümüzde kalkınma ve sanayileşmede itici bir güç olma, işsizliği azaltma, hızla ilerleyen teknolojiye ayak uydurma, yerli üretimi arttırma gibi birçok işlevin yerine getirmesinde üstlendiği rolden dolayı girişimciliğin önemi ülkemizde de gün geçtikçe artmaktadır. Girişimcilik konusuna artan eğilimle birlikte bu konuda yapılan çalışmaların sayısında da artış olup, girişimcilik ile ilgili birçok unsur inceleme konusu olmuştur. Bu konulardan biri olan girişimcilik niyeti bir kişinin yeni bir işletme kurmasını veya daha sonraki zamanlarda yeni bir işletme kurma konusundaki niyetini anlatmaktadır. Bir kişinin aktif olarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunup bulunmayacağına göstergesi olarak gösterilen girişimcilik niyeti; aile etkisi, ekonomik sebepler, kültürel ortam, demografik özellikler gibi birçok unsurun etkisi altında şekillenmektedir. Bu unsurlardan biri olan kişilik özellikleri; girişimcilik konusunda istekli bireylerin belirlenmesi, onların gerçekten girişimcilik için uygun bireyler olup olmadıklarının belirlenmesi gibi konularda önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimciliğin artan önemi ile birlikte, girişimciliği ilişkin desteklerde artmış, birçok kurum girişimcileri destekleyici uygulamalar içinde yer almaya başlamıştır. Bu desteklerden birisi olan ve KOSGEB tarafından gerçekleştirilen “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi”leri katılımcılara girişimcilik konusu ile ilgili temel bilgiler sağlamasının yanı sıra girişimci adaylarına maddi destek verilmesi için gerekli sertifikayı da sunmaktadır. Türkiye’de son yıllarda Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri hızlı bir şekilde artarken, bu eğitimlere katılan bireyler üzerine yapılmış çalışma sayısı halen yeterli sayıya ulaşmamıştır. Bununla birlikte girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik niyetleri konusunda yapılmış çalışmaların çoğunun üniversite öğrencilerini temel aldığı ancak Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi’ne katılanlar üzerine yapılmış bir çalışma olmadığı görülmüştür. Çalışma kapsamında “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi”ne katılan adayların girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesine, bu girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetinin ne kadarlık bir kısmını açıkladığının tespit edilmesine çalışılmıştır. Bu anlamda çalışmanın amacı katılımcıların girişimci kişilik özellikleri ile bu özelliklerin girişimcilik niyetine etkisini belirlemektir.

### **1.1. Girişimcilik Niyeti**

Niyetler, nadir görülen, gözlemlenmesi zor olan ya da öngörülemeyen zaman gecikmelerini içeren bireysel davranışların en iyi öngörücüleridir (Krueger & Brazeal, 1994). Girişimcilik niyeti, bir kişinin yeni bir girişimde bulunması veya var olan girişimleri için bazı yeni değerler oluşturmayı amaçlamasıdır (Bird, 1988). Yeni bir işletme kurma davranışının bir belirleyicisi olarak görülen girişimcilik niyeti (Thompson, 2009), fırsatları keşfetme, oluşturma ve kullanma sürecinin ilk adımı olduğu için girişimciliği anlamada merkezi bir öneme sahiptir (Gartner, Shaver, Gatewood, & Katz, 1994).

Girişimcilik niyetinin belirleyicileri ile ilgili alan yazın incelendiğinde konu ile ilgili ortaya konmuş birçok model olduğu görülmektedir. Bunlardan biri olan Planlı Davranış Teorisi'ne göre bireylerin davranışı davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol ile (Ajzen, 1991) açıklanırken; Girişimci Niyet Modeli'ne göre girişimcilik eğilimi; algılanan arzulanabilirlik, hareket etme eğilimi ve algılanan fizibilite ile açıklanmaktadır (Shapiro & Sokol, 1982). Krueger ve Brazeal (1994) tarafından, Ajzen'in Planlı Davranış Teorisi ve Shapiro'nun Girişimsel Eylem Modeli üzerine şekillendirilen modelde, girişimcilik kararında algılanan yapılabirlik durumu ya da fizibilitenin önemi vurgulanmıştır. Girişimsel Tutum Oryantasyonu Modeli'ne göre girişimsel tutumun oluşmasında başarı, öz saygı, kişisel kontrol ve yenilik belirleyici unsurlar olmaktadır (Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt, 1991), Girişimci Niyet Modeli'nde girişimcilik yönelimini oluşturan faktörler; sosyo-politik, bireysel, rasyonel, düşünsel ve sezgisel faktörlerdir (Bird, 1988). Davidsson (1995) ise davranışların yanı sıra girişimci adaylarının kişisel ve durumsal özelliklerine dayanarak girişimcilik eğilimini inceleyen bir model önerisinde bulunmuştur.

Yukarıda da belirtildiği gibi girişimcilik niyetinin belirleyicisi olan birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan biri olan kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetlerinin gelişmesinde etkili olduğu birçok çalışmada ortaya konmuştur (Bonnert ve Furnham, 1991; Stewart ve Roth, 2001; Lüthje & Franke, 2003; De Pillis & Reardon, 2007, Linan ve Chen, 2009; Zhao, Seibert & Lumpkin, 2010, Brandstätter, 2011, Javan, 2014, Israr & Hashim, 2017).

### **1.2. Girişimci Kişilik Özellikleri**

İlk dönemde yapılmış olan girişimcilik çalışmaları çoğunlukla girişimcilik konusunu özellik ekseninde ele almış; girişimci bireyleri, diğer insanlardan farklı kılan kişilik özellikleri olduğu ve tüm başarılı girişimcilerin büyük ölçüde bu kişilik özelliklerini gösterdiği

düşüncesine odaklanmıştır (Gartner, 1985, s.696-697). Bu teorilere dayanan önemli ampirik kanıtlarda, insanların kişilikleri, değerleri, ihtiyaçları ve ilgi alanlarına uyan çalışma ortamlarını seçtikleri görülmektedir. Yeni bir iş girişiminin kurulması ve yönetilmesi, girişimcinin bir dizi benzersiz görev talebini yerine getirmesinin yanı sıra yenilikçi, risk alan ve taşıyıcı, yönetici yöneticisi, ilişki kurucu, risk azaltıcı ve hedefe ulaşma gibi iş rollerini de yerine getirmeyi gerektirir (Chen, Greene ve Crick, 1998). Bireylerin girişimcilik faaliyetlerini etkileyen faktörleri belirlemeye ilişkin ilk araştırmalar, başarı gereksinimi (McClelland, 1961), kontrol odağı ve risk alma eğilimi (Brockhaus, 1980) ve belirsizliğe karşı tolerans (Schere, 1982) gibi kişilik özelliklerine odaklanmıştır. Cromie (2000) kişilerin girişimcilik eğilimleri ile bireysel özelliklerini detaylı bir şekilde incelemiş ve başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, yaratıcılık, otonomi ihtiyacı ve kendine güven özelliklerinin girişimcilerin sıklıkla araştırılan kişilik özellikleri olduğunu ortaya koymuştur (Cromie, 2000, s.13-26). Bu çalışma kapsamında başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kontrol odağı, yenilikçilik ve kendine güven girişimcilik özellikleri incelenmiş olup, bunların girişimcilik niyeti ile olan ilişkisi araştırılmıştır.

### 1.3. Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Niyeti

Her ne kadar neyin başarı olarak kabul edileceği kişiden kişiye göre değişse de, girişimcileri kendi işini kurmaya yönelten en büyük motivatörlerden birisi başarı ihtiyacıdır. Yüksek başarı ihtiyacı olan kişiler başarılı olmak için güçlü bir isteğe sahiptir ve bu sebeple girişimsel biçimde davranmaları daha yüksek bir ihtimaldir. Çünkü girişimcilik bireylere başarılı olabilmeleri için daha çok fırsat tanımaktadır (McClelland, 1965; Cassdy ve Lynn, 1989; Burns ve Paul, 2001, s.27). Başarı ihtiyacı, girişimciliğin en yaygın belirleyicilerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Babb ve Babb, 1992). Bazı çalışmalar, başarı motivasyonu ve girişimcilik davranışı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (Shaver ve Scott, 1991). Stewart ve Roth (2007) başarıma ihtiyacını, girişimcilerin, özellikle de işinin kurucuları olan ve işlerin büyümesine yönelik girişimcilerin önemli bir özelliği olduğunu belirtmiştir. Yine Zhao ve Seibert (2006), girişimcilerin yöneticilere kıyasla daha çok başarıma ihtiyacına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Buradan hareketle araştırmanın birinci hipotezi:

***H<sub>1</sub>: Başarı ihtiyacı girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.***

Gelecekteki olayların belirsiz olmasından kaynaklanan kaybetme olasılığını ifade eden risk kavramı, girişimcilik ile ilgili olarak yapılmış birçok çalışmada bir girişimcilik özelliği olarak ifade edilmiştir (Stewart ve Roth, 2001; Rose, Kumar ve Yen, 2006; Kuratko, 2009,

s.34). Fırsatların önceden görülüp, değerlendirilmesi, karşılaşılan fırsatlardan yararlanmak için mevcut kaynakların riske edilmesi, düşüncelerin yatırımla sonuçlanması sürecinin yönetilmesi ve sonuç olarak ortaya bir değer konması; kişiye girişimcilik vasfını kazandıran ve onu toplumun diğer bireylerinden ayıran önemli özelliklerdendir (Allen, 2006, s.13). Klasik görüşün öncüsü bilim adamları Cantillon (1725), Say (1803) ve Knight (1921), risk alma eğilimi yüksek olan bireylerin, ücret karşılığı bir yerde çalışmak yerine kendi işini yapmalarının, yani girişimci olmalarının daha uygun olacağını söylemişlerdir (Praag, 2005, s.59). Örneğin, Stewart ve Roth (2004), girişimcilerin risk eğiliminde yöneticilerden anlamlı derecede daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Yine birçok çalışma girişimcilerin başarılı olmasında risk alma eğiliminin öneminden bahsetmektedir (Lüthje & Franke, 2003; Collins, Hanges ve Locke; 2004, Stewart ve Roth, 2007, Bezzina, 2010). Bununla birlikte, Zhao ve ark. (2010) yaptıkları çalışmada sadece girişimcilik eğilimi ile değil, girişimci performansı ile risk eğilimi arasında da pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Buna göre araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H<sub>2</sub>: Risk alma eğilimi girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.*

Bir kişinin mevcut bir durumu belirsizlik olarak algılaması ve bu belirsiz duruma karşı bulunduğu durumu organize etmesi o kişinin belirsizliğe katlanma derecesini göstermektedir (Teoh ve Foo, 1997; Özden, Temurlenk ve Başar, 2009, s.5). Girişimcinin yaşamının çok fazla yapılandırılmış olması mümkün değildir. Ekonomik, durumsal ve çevresel değişiklikler, müşterilerin taleplerini değiştirmekte ve böylece kontrol dışı unsurlar, olumsuz etkiler yaratmaktadır. (Bayrak ve Terzi, 2004, s.8). Böylesi karmaşık ortamlarda girişimci, önceden belirlenemeyen şartlar altında stratejisini uygulamaya koyarak, pazar payını artırmaya çalıştığından dolayı; ancak belirsizlikle başa çıkabildiği sürece fırsatları daha iyi değerlendirebilmektedir (Schere, 1982; Good, 2003, s.21-22; Naktiyok, 2004, s.26). Yöneticiler ile karşılaştırıldığında girişimcilerin yüksek derecede belirsizliğe tolerans gösterme eğilimleri olduğu görülmüştür (Low ve MacMillan, 1988). Okhomina (2010) yaptığı çalışmada başarı ihtiyacı ve iç kontrol odağı ile birlikte belirsizliğe karşı toleransın girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

*H<sub>3</sub>: Belirsizliğe karşı tolerans girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.*

Kontrol odağı Strauser, Ketz ve Keim'e (2002, s.3) göre, bireyin yaşadığı olayları nelerin kontrol ettiğine ilişkin inancıdır. Kontrol odaklılığı kavramının mantığı; içsel ve dışsal

kontrol odağına sahip bireyler arasındaki genel bir inanç farklılığına dayanmaktadır. İçsel kontrol odaklılık psikolojide, “kişinin kendi davranışları ve sonuçları üzerinde kontrol sahibi olduğuna inanması” olarak tanımlanırken bunun tam tersi olan dışsal kontrol odaklılık ise “kişinin kendi davranışları ve sonuçları üzerinde kontrol sahibi olmadığına, hayatının ve yaşadığı olayların şanssızlık, başkaları, kader vb. gibi kendi dışındaki etkenlere bağlı olduğuna inanması” şeklinde tanımlanmaktadır (Henry, Hill ve Leitch, 2003, s.40; Döm, 2006, s.29). Girişimci davranışı ile içsel kontrol odağı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Çünkü içsel kontrol odaklı olan bireyler daha çok yenilikçi durumları benimsemekte, yeniliğe öncülük etmekte, daha fazla risk almakta ve daha aktif davranmaktadırlar. Böylece potansiyel girişimcinin, harekete geçme olasılığı, kişisel sorumluluk alma arzusu ve kendine olan güveni artmaktadır (Littunen, 2000; Luthans, Stakovic ve Ibrayeva, 2000; Naktiyok, 2004, s. 26). Girişimci bireyler, belirli bir durumda gerçekleşen durumları kişisel olarak yaptıklarına inanmakta ve kader ya da şansın rolünü göz ardı etmektedir. Durumların gerçekleşmesi için kendilerine ait harekete geçirici güçlerin gerekli olduğuna inanmaktadırlar (Furnham ve Steele, 1993, s.445). İç kontrol odağı, girişimcileri başarıya götüren önemli unsurlardan biri olarak gösterilmektedir (Shaver and Scott, 1991; Gatewood ve diğerleri, 1995). İç kontrol odağı ile girişimci olma isteği arasında anlamlı ilişkiler farklı çalışmalarda ortaya konmuştur (Mazzarol vd., 1999; Lüthje & Franke, 2003). Tüm bu açıklamalar doğrultusunda araştırmanın dördüncü hipotezi:

*H4: İç kontrol odağı girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.*

Yenilik, yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulamaya konması ve bunların sonuçlandırılmasıdır. Yenilik yaratmak; işletmenin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde yeni bir fikir, yeni bir teori, yeni bir icat ya da yeni bir yönetim biçimi şeklinde olabilmektedir (Damanpour, 1996; Arslantaş, 2001, s.20). Girişimciyi yenilikçi bir birey olarak tanımlayan Schumpeter’a (1934) göre yenilikçilik girişimcinin en temel özelliğidir. Girişimciler yeni ürün, yeni bir örgüt yapısı ve yeni üretim süreçleri ile işe başlamaktadırlar (Sundbo, 1998, s.22). Girişimcinin yarattığı yenilik ya da yeni fikirler rekabet ortamında işletmeyi başarıya taşımakta, gelecekte oluşabilecek ihtiyaçlara karşı erken önlemler almayı sağlamakta, pazarın ihtiyaçlarına cevap vermeye yardımcı olmaktadır (Mirela, 2008). Robinson ve diğ. (1991) yenilikçilik, yeni ve benzersiz şekillerde iş faaliyetlerini algılamak ve hareket etmekle ilgilidir. Bu fikir girişimciliğin tanımlanmasında yinelenen temalardan biridir. Yine girişimcilik niyetinde yenilikçiliğin güçlü etkisi olduğu çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (Hamidi vd., 2008; Armstrong & Hird, 2009). Bu doğrultuda araştırmanın beşinci hipotezi:

*H<sub>5</sub>: Yenilikçilik girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.*

Cantillon (1734) girişimcileri, katlanılacak maliyetin bilindiği, getirisi belirli olmayan durumlarda, basiretli ve kendi kendine güveni tam bir şekilde hareket eden bireyler olarak tanımlamıştır (Hisrich ve Peters, 1995, s.7). Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanması gerekmektedir. Başka bir deyişle girişimci kendi işinde başarılı olacağına ve hedeflerine ulaşacağına inandığı, aksaklıklar ve hatalar karşısında yılmadığı takdirde başarılı olabilmektedir (Bozkurt, 2011, s.14). Ho ve Koh (1992) araştırmalarında kendine güvenin, önemli bir girişimci kişilik özelliği olduğunu ve risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, iç kontrol odağı gibi diğer özellikler üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Yöneticiler ile karşılaştırıldığında girişimcilerin daha yüksek bir özgüvenleri olduğu belirlenmiştir (Robinson ve diğ., 1991). Dabic ve arkadaşları (2012) olumlu tutum ve başarı ihtiyacının eşlik ettiği özgüvenin, girişimci niyetini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Bu anlamda araştırmanın son hipotezi;

*H<sub>6</sub>: Kendine güven girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.*

Tüm bu araştırma ve literatür çerçevesinde araştırmanın amacı, girişimci adaylarının girişimci kişilik özelliklerini belirlemek ve bu özelliklerin (başarma ihtiyacı, kendine güven, yenilikçilik, kontrol odağı, risk alma, belirsizlik tolerans) girişimcilik niyetini etkileyip etkilemediğini ortaya koymaktır.

## **2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

### **2.1. Örneklem**

Adana ili Kozan ilçesinde gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini KOSGEB tarafından düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'ne katılanlar oluştururken; çalışma evrenini Kozan Belediyesi Hayat Boyu Öğrenme Merkezi ile Kozan Ticaret Odası'nda Şubat 2017 ve Eylül 2017 tarihleri arasında eğitimlere katılanlar oluşturmaktadır. Bu anlamda Adana ili Kozan ilçesinde bulunan Kozan Belediyesi Hayat Boyu Öğrenme Merkezi ve Kozan Ticaret Odası'nda gerçekleşen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'ne katılan kursiyerler üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada tam sayım hedeflenmiş ve anketlerin tamamı, eğitim ortamına gidilerek yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma kapsamında 240 anket uygulanmış olup, 202 anket geçerli kabul edilmiştir.

## 2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma tanımlayıcı türde tasarlanmış olup gerekli veriler, anket yöntemi ile toplanmıştır. Kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde İşcan ve Kaygın (2011) tarafında oluşturulmuş 28 maddelik Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği; ikinci bölümde ise Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen 6 maddeli Girişimcilik Niyeti Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirleme yönelik ifadeler yer verilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS ve LISREL programları ile analiz edilmiştir.

## 2.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonrası, faktör yükü düşük olan 3. madde ölçekten çıkartılmış ve Girişimcilik Niyeti Ölçeği'nin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır (Ki-kare/ df =2,74; RMSEA=0.072; NFI= 0,99; CFI= 0,99; SRMR= 0,013). Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmış ve 0,91 olarak bulunmuştur. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonrası ise ölçeğin 6 faktörlü yapısının doğrulandığı görülmüştür (Ki-kare/ df =3,37; RMSEA=0.072; NFI= 0,93; CFI= 0,95; SRMR= 0,51). Yalnızca faktör yükü düşük olan 25. madde ölçekten çıkartılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla hesaplanan Cronbach's Alpha değeri 0,90 olarak bulunmuştur.

## 3. BULGULAR

### 3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1'de demografik özellikleri verilen katılımcıların incelendiğinde çoğunluğunun 30-39 yaş grubunda (%37), erkek (%53), lise mezunu (%42) ve evli (%70) oldukları görülmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Cinsiyet	N	%	Eğitim Düzeyi	N	%
Erkek	132	65,3	İlköğretim	14	6,9
Kadın	70	34,7	Lise	32	15,8
			Önlisans	48	23,8
			Lisans	98	48,5
			Lisansüstü	10	5
Medeni Durum	N	%	Yaş	N	%
Evli	141	70	18-24	27	13,4
Bekar	61	30	25-34	70	34,7
			35-44	73	36,1
			45-54	28	13,8
			55 ve üzeri	4	2



### 3.2. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyeti Ortalamaları

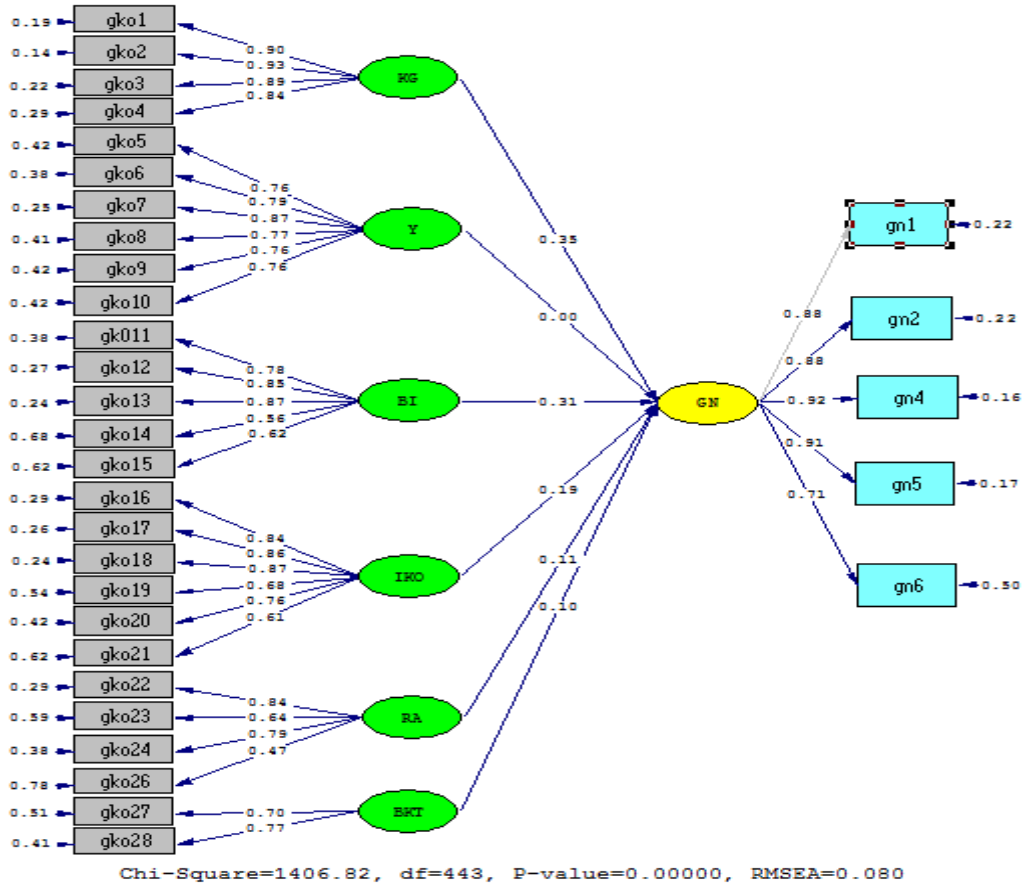
Tablo 2’de görüldüğü üzere uygulamalı girişimcilik eğitimine katılanların yüksek düzeyde girişimcilik niyetine sahip oldukları belirlenirken; en yüksek gözlenen girişimci kişilik özelliğinin kendine güven (4,38) olduğu, bunu sırasıyla başarıma ihtiyacı (4,26), iç kontrol odağı (4,21) ve yenilikçiliğin (4,19) izlediği görülmüştür. Katılımcıların gösterdiği en düşük girişimci kişilik özelliklerinin ise risk alma (3,78) ve belirsizliğe karşı tolerans (2,25) olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların girişimcilik niyetlerinin (4,61) ise oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Faktörlerin Ortalamaları

Girişimci Kişilik Özellikleri	Ortalama
Kendine Güven	4,38
Başarıma İhtiyacı	4,26
İç Kontrol Odağı	4,21
Yenilikçilik	4,19
Risk Alma	3,78
Belirsizliğe Karşı Tolerans	2,25
<b>Girişimcilik Niyeti</b>	<b>4,61</b>

### 3.3. Hipotezlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Test Edilmesi

Araştırmanın bu bölümünde girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler bir model kapsamında yapısal eşitlik modellemesinden (YEM) yararlanarak incelenmiştir. Yapılan yol analizi ile çalışmanın hipotezleri test edilirken, mevcut ilişkileri açıklayan en uygun modelin belirlenmesi de amaçlanmıştır. Araştırmada kurulan yapısal eşitlik modeline ait analiz sonuçları Şekil 1’de verilmektedir.



**KG:** Kendine güven, **Y:** Yenilikçilik, **BI:** Başarma ihtiyacı, **IKO:** İçsel kontrol odağı, **RA:** Risk alma, **BKT:** Belirsizliğe karşı tolerans

**Şekil 1.** Araştırma Modeli Path Diyagramı

Yapısal değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde, KG ile GN arasındaki ilişki pozitif yönde 0,35 olarak bulunmuştur. Bunun aksine Y ile GN arasındaki (0,00) anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. BI ile GN arasında ilişki pozitif yönde arasındaki 0,31 olarak hesaplanırken, KO ile GN arasında ilişki pozitif yönde 0,19 olarak bulunmuştur. Bunun aksine RA ile GN arasında (0,11) anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Son olarak BKT ile GN arasındaki ilişki 0,10 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. Araştırma Modeli İçin Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

	Standart Yükler	T değeri	R <sup>2</sup>	Yapı Güvenirliği	Açıklanan Varyans
<b>Kendine Güven (KG)</b>				0,91	0,73
gko1. Kendimi büyük hedeflere ulaşma konusunda azimli buluyorum	0,90	21,23	,81		
gko2. Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim	0,93	22,30	,86		
gko3. Zekam ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim	0,89	20,60	,78		
gko4. Girişimci kelimesi beni tanımlar.	0,84	19,04	,71		
<b>Yenilikçilik (Y)</b>				0,94	0,73
gko5. Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim	0,76	16,17	,58		
gko6. Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım	0,79	16,85	,62		
gko7. Bir konu üzerinde farklılık yaratacak düşünceler ortaya koyma yeteneğine sahibim	0,87	19,67	,75		
gko8. Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretme yeteneğine sahibim	0,77	16,40	,59		
gko9. İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınmam	0,76	16,07	,58		
gko10. İnsanlar girişimcilerden etkilenirler	0,76	16,07	,58		
<b>Başarma İhtiyacı (BI)</b>				0,97	0,85
gko11. Rekabeti severim çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar	0,78	16,73	,62		
gko12. Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım	0,85	18,98	,73		
gko13. İlerleyen yıllarda kendi işimi kurmak istiyorum	0,87	19,56	,76		
gko14. Hayatta hiçbir şey büyük başarıların yerini tutamaz	0,56	10,79	,32		
gko15. Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretlide olsa o işi yapmaktan hoşlanmam	0,62	12,14	,38		
<b>Kontrol Odağı (KO)</b>				0,89	0,58
gko16. Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim	0,84	18,84	,71		
gko17. Yaptığım işlerle ilgili karşılaştığım her türlü gelişme kontrolüm altındadır	0,86	19,37	,74		
gko18. Kendi hareketlerimi kendim kontrol ederim	0,87	19,97	,76		
gko19. Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum	0,68	13,89	,46		
gko20. Kendi işinde çalışmak başkasının işinde çalışmaktan daha keyiflidir	0,76	16,23	,58		
gko21. Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil	0,61	12,14	,38		
<b>Risk Alma (RA)</b>				0,82	0,55
gko22. Kendimi risk alabilen biri olarak görüyorum	0,84	17,51	,71		
gko23. Hisselerinin kar getirebileceğini hesaplayabildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem	0,64	12,28	,41		
gko24. Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm	0,79	15,99	,62		
gko26. Kriz durumlarında bile girişimcilikte bulunmak gerekmektedir	0,47	8,40	,22		
<b>Belirsizliğe Karşı Tolerans (BKT)</b>				0,72	0,56
gko27. İşin sürekli ve güvenli olması benim için önemli değildir	0,70	8,54	,49		
gko28. Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk alırım	0,77	8,88	,59		
<b>Girişimcilik Niyeti (GN)</b>				0,95	0,78
gn1. Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	0,88		,78		
gn2. Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	0,88	23,62	,78		
gn4. Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.	0,92	25,59	,84		
gn5. Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.	0,91	25,40	,83		
gn6. Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.	0,71	15,73	,50		
<b>HİPOTEZLER</b>				<b>SONUÇLAR</b>	
H1:KG→GN	0,35	5,82		Desteklendi	
H2 Y→ GN	0,00	0,02		Desteklenmedi	
H3: BI→GN	0,31	4,53		Desteklendi	
H4: KO→GN	0,19	2,86		Desteklendi	
H5: RA→GN	0,11	1,85		Desteklenmedi	
H6: BKT→GN	0,10	1,98		Desteklendi	

Gizil değişkenler altında tanımlanan gözlenen değişkenlerin ilgili oldukları yapıları açıklayıp açıklamadıklarını belirlemek için gizil faktörlerin yapı güvenilirliği ve açıklanan varyans ölçümlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Alan yazında ölçek güvenilirliği belirlemek amacıyla güvenilirlik ölçümüne ve açıklanan varyans ölçümüne ilişkin tahminlere ihtiyaç vardır. Bu anlamda güvenilirlik ölçümüne ilişkin tahminlerin 0,70'in ve açıklanan varyans ölçümüne ilişkin tahminin ise 0,50'nin üstünde olması gerektiği belirtilmektedir (Hair ve arkadaşları, 1998). Oluşturulan modele ilişkin yapı güvenilirliği ve açıklanan varyans değerleri Tablo 3'te verilmiş olup, bu değerler incelendiğinde tüm faktörlerin yapı güvenilirliklerinin ve açıklanan varyansların kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir.

YEM analizinin sonucunda H<sub>1</sub> "Kendine güven girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir", H<sub>3</sub> "Başarı ihtiyacı girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir" H<sub>4</sub> "İç kontrol odağı girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir" ve H<sub>6</sub> "Belirsizliğe karşı tolerans girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir" hipotezleri red edilememiş, H<sub>2</sub> "Yenilikçilik girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir" ve H<sub>5</sub> "Risk alma eğilimi girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir" hipotezleri ise red edilmiştir.

**Tablo 4.** Modelin Uyum İyiliği Değerleri

Ki-kare/df	RMSEA	CFI	NFI	IFI	SRMR
3,14	0,80	0,96	0,94	0,96	0,050

Modelin uyumuna ilişkin analiz sonuçları ise Tablo 4'de görülmektedir. Yapısal eşitlik modeli uyum iyiliği değerleri olan Ki-kare/ df değeri 2,74; RMSEA değerinin 0,080; NFI değerin 0,94; CFI değeri 0,96, IFI değeri 0,96; SRMR değeri ise 0,050 olarak hesaplanmıştır. Bu anlamda analiz edilen modelin sonuçları modele ilişkin değerlerin iyi ve kabul edilebilir seviyede uyum iyiliğine sahip olduğu görülmüştür. Bu anlamda modelin kabul edilebilir olduğu söylemek mümkündür.

## 5. SONUÇ

Araştırma kapsamında, uygulamalı girişimcilik eğitimi katılımcılarının girişimci kişilik özelliklerini ve bu özelliklerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla katılımcılara uygulanan anketlerden elde edilen veriler gerekli analizlere tabi tutulmuş olup; katılımcılar arasında en çok gözlenen girişimci kişilik özelliğinin kendine güven (4,38) olduğu, bunu sırasıyla başarıya ihtiyacı (4,26), iç kontrol odağı (4,21) ve yenilikçiliğin (4,19) izlediği görülmüştür. Bununla birlikte katılımcıların gösterdiği en düşük girişimci kişilik

özelliklerinin ise risk alma (3,75) ve belirsizliğe karşı tolerans (2,25) olduğu belirlenmiştir. Ülke genelinde yaşanan ekonomik istikrarsızlıklar iş yaşamında bireyleri tedirgin etmekte ve geleceği görmelerini engellemektedir. Böyle bir ortamda bireyler işlerinde düzen, istikrar ve güven arama eğilimi göstermektedir. Bundan dolayı belirsizliğe karşı toleransın diğer girişimci kişilik özelliklerinden önemli ölçüde düşük çıkması anlaşılabilir bir durumdur. Bununla birlikte belirsizliğe karşı tolerans özelliğinin bir üstünde görülen risk alma özelliğinin de benzer sebeplerden dolayı diğer özelliklerden daha düşük olarak çıkmış olması olasıdır. Bunun yanı sıra Hofstede (1980) tarafından yapılan çalışma kapsamında araştırılan ölçütlerden birini belirsizlikten kaçınma oluşturmaktadır Kültürün üyelerinin bilinmeyen karşısındaki korku ve tedirginliğini ölçen bu boyut, toplumların gelecekle ilgili bir şeyler yapmayı tercih edip etmedikleri ile ilgili durumu ortaya koymaktadır. Türkiye bu boyutta 85 puan almış ve üst sıralara yerleşmiştir. Bu da çalışma kapsamında belirsizliğe karşı toleransın düşük çıkmasını açıklayan başka bir unsurdur.

Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi amacıyla tasarlanan yapısal eşitlik modellenmesi sonuçları incelendiğinde, girişimci kişilik özelliklerinde kendine güven, başarıma ihtiyacı, iç kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tolerans ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu anlamda araştırmanın bu sonucunun literatür ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Örneğin Okhomina (2010) araştırmasında girişimcilik yönelimi ile başarıma ihtiyacı, iç kontrol odaklılık ve belirsizliğe karşı tolerans arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit etmiştir. Yine Ho ve Koh (1992) kendine güvenin diğer girişimci kişilik özellikleri olan belirsizliğe karşı tolerans ve iç kontrol odağı üzerinde etkili olduğunu; Dabic ve arkadaşları (2012) ise başarıma ihtiyacının özgüven ile birlikte hareket ettiğini tespit etmiştir. Yine Stewart ve Roth (2007) ve Babb ve Babb (1992) başarıma ihtiyacının girişimcilik davranışlar üzerinde etkili olduğunu; Low ve MacMillan yöneticilere nazaran girişimcilerin belirsizliğe karşı daha yüksek bir toleransa sahip olduklarını belirtmiştir.

Bununla birlikte yenilikçilik özelliği ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Araştırmanın bu sonucu biraz daha beklenenin dışında yer almaktadır. Literatürde yeniliklere açık bireylerin daha girişimci olduğunu tespit eden araştırmalar bulunmaktadır (Spreitzer, 1995; Wayne ve Sparrowe, 2000; Hamidi ve diğ., 2008; Armstrong & Hird, 2009; Liden). Ancak Dinis ve arkadaşlarının 2013 yılında yaptığı çalışmada bu araştırmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu durum girişimci olmak isteyenlerin yeni bir girişim ortaya koyma aşamasında, yeni ve denenmemiş bir fikir yerine, halen pazarda var olan bir iş alanında çalışma yapmaya daha fazla niyetli olduğunu göstermektedir. Fırsatçı

girişimcilik yerine, takipçi girişimciliğin tercih edilmesi, yeni fikir ortaya koyma konusunda bireylerin yeterince kendisini geliştirememesinden kaynaklanıyor olabilir. Yine büyüme ve gelişme kaygısı ile faaliyetlerine devam eden girişimcilerin kaynaklarını etkili ve verimli kullanabilmeleri adına kısa vadede kara dönüşecek uygulamalara yöneldiği bilinmektedir. Bu anlamda girişimcilere hakim olan kısa vadeli bakış açısı, aşırı rasyonellik anlayışı ve sistematik süreç beklentisi onların yenilik ve yaratıcılıkları önünde set oluşturabilmektedir.

Risk alma ile girişimcilik niyeti arasında da anlamlı ilişki çıkmamasının sebebi benzer nedenlerden kaynaklanıyor olabilir. Bu anlamda girişimcilik niyetine sahip katılımcılar yeni ve farklı bir şeyler deneyerek risk almak yerine, daha az risk alacakları alanlarda yeni bir girişim kurma eğiliminde oldukları söylenebilir. Low ve MacMillan (1988)'ın yaptıkları araştırmada risk alma konusunda benzer bir sonuçlar ortaya çıkmıştır. Corman ve diğerleri (1988) girişimciler arasında risk alma konusunda araştırmalardaki tutarlılık eksikliği, risk algısının değişmesi ile açıklanabileceğini, Carayannis ve arkadaşları (2003) ise risk alma ve belirsizliğin kabul edilmesi, istenildiğinde yavaşça değiştirilebilen bir yapıya sahip olduğunu belirtmişler ve bu anlamda literatürde, aslında risk alma eğilimi ile girişimsel niyet arasında bir ilişki olup olmadığı açık olmadığından bahsetmişlerdir.

Girişimci davranışların ortaya çıkmasında birden çok faktörün etki ve güce sahip oluşu kavramı çok boyutlu ve karmaşık bir hale getirmektedir. Araştırma sonuçlarına göre girişimci kişilik özelliklerinden olan kendine güven, başarıma ihtiyacı, belirsizliğe karşı tolerans ve iç kontrol odaklılığın girişimcilik niyeti üzerinde etki ve güce sahip olduğu söylenebilir. Bu anlamda kişinin kendi duygu ve düşüncelerine güvenerek belirlediği amaç ve hedeflere yönelmesi girişimci davranışların temelini oluşturmaktadır. Yine kendine güvenen bu bireylerin başarıma ilişkin istekleri onların girişimcilik eğilimlerine yön veren bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Başarma ihtiyacı ile güdülenen bu bireylerin, sahip oldukları vizyon çerçevesinde gerçekleştirmeyi planladıkları amaç ve hedeflere ulaşmada dış etkenlerden çok kendilerinin etkili olduğuna ilişkin atıfta bulunmaları onları başarıya götüren bir başka önemli girişimcilik özelliğini oluşturmaktadır. Başarı ve başarısızlıklarının nedenlerini kendi iç dünyalarında arayarak sonuçları irdeleyen bu bireylerin, doğru ve anlamlı işlere yönelmesi de böylece daha muhtemel görülmektedir. Yeterince yapılandırılmamış veya kategorize edilmemiş durum ve koşullara uyum yeteneğini ifade eden belirsizliğe karşı tolerans yeteneği, girişimcilerin değişen çevresel koşullara uyumunu kolaylaştırmaktadır. Türkiye gibi mikro ve makro çevresel koşulların her an değişebileceği gelişmekte olan ülkelerde, belirsizliğe karşı toleransı yüksek girişimcilerin varlığı büyüme ve gelişmeye katkı sağlamaktadır.

Girişimcilik yönelimi ve niyetinin kökenleri, kültür gibi daha üst seviyedeki olgulardan ileri gelmektedir. Bu anlamda bireysel düzeyde başlayan girişimcilik faaliyetlerinin sistemli ve düzenli bir yapıya dönüştürülmesi, sürdürülebilirliğe yardımcı olacak önemli bir unsurdur. Çalışanların bireyin girişimcilik özellikleri ve bilinçli faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan yeni fikirler, farklı ve özgün tasarımlar ile ürünler, örgütsel uygulama ve politikalar ile beslenip büyüyerek başarı ve güce ulaşmaktadır. Bu anlamda girişimci kişilik özelliklerine sahip olmanın yanı sıra çeşitli kurum ve kuruluşlar ile devlet desteğine ihtiyaç duyan girişimcileri cesaretlendirici uygulama ve politikaların varlığı kalkınmanın anahtarını oluşturmaktadır.

Girişimci bireyler ve girişimcilik kavramı ülkelerin ekonomileri adına büyük sorumluluklar üstlenmektedir. Bu anlamda kavramın aydınlatılmasına katkı sağlamayı amaçlayan birçok araştırmaya rastlamak mümkündür. Bu kapsamda değerlendirilebilecek olan bu çalışmanın, bir devlet politikası haline getirilmeye çalışılan girişimcilik çalışmalarına katkılar sunacağı umulmaktadır. Yine girişimcilik niyeti ve girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ile bireysel girişimcilik uygulamalarının, kurumsal düzeye çıkarılmasına katkı sağlayabilecektir.

Araştırmanın sadece Kozan İlçesi'nde gerçekleştirilmesi, çalışmanın genellenmesi konusunda dikkate alınması gereken bir konudur. Bu anlamda araştırmanın farklı bölgedeki katılımcılar ile geliştirilmesi daha sağlıklı sonuçlar elde edilmesi açısından yarar sağlayabilir. Bununla birlikte çalışmalarda örneklem grubunun daha geniş tutulması, sonuçların daha güvenli olmasını sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Allen, R. K. (2006). *Launching new ventures, an entrepreneurial approach*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Arslantaş, C. C. (2001). Girişimcilikte yaratıcılık ve yenilik. *İ.Ü. İşletme Fak. İşletme İktisadi Enstitü Yönetim Dergisi*, 12 (38), 17-23.
- Babb, E. M. & Babb, S. V. (1992). Psychological traits of rural entrepreneurs. *The Journal of Socio-Economics*, 21(4), 353-362.
- Bayrak, C., & Terzi, Ç. (2004). Okul yöneticilerinin girişimcilik özelliklerinin okullara yansımaları. 13. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, Temmuz, XIII. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, İnönü Üniversitesi, Malatya, 1-14.
- Bezzina, F. (2010). Characteristic of the Maltese entrepreneur. *International Journal of Arts and Science*. Vol. 3 (7), 292-312.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13: 442-454.
- Bonnett, C. & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465-478.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada ve Türkiye'de girişimcilik eğitimi: başarılı girişimciler ve öğretim üyelerinden öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.
- Cantillon, R. (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, London: Fetcher Gyler. Translation: *Essay on the nature of trade in general*. London: MacMillan (1931).
- Carayannis, E. G., Evans, D., & Hanson, M. (2003). A cross-cultural learning strategy for entrepreneurship education: outline of key concepts and lessons learned from a comparative study of entrepreneurship students in France and the US. *Technovation*, 23(9), 757-771.
- Cassidy, T. & Lynn, R. (1989). A multifactorial approach to achievement motivation: The development of a comprehensive measure. *Journal of Occupational Psychology*, 62, 301-312.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13: 295-316.
- Chen, C.C., Greene, P.G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Collins, C. J., Hanges, P., & Locke, E. A.(2004). The relationship of need for achievement to entrepreneurship: A meta-analysis. *Human Performance*, 17: 95-117.
- Corman, J., Perles, B. and Vancini, P. (1988), Motivational factors influencing high-technology entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26, 36-42.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations, *European Journal Of Work And Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- Dabic, M., Daim, T., Bayraktaroglu, E., Novak, I. & Basic, M. (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: An international survey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 316-336.
- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. *Management Science*, 42 (5), 693-716.
- Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*.paper presented at the RENT IX Workshop, Piacenza,Italy.
- De Pillis, E. & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382-396.



- Dinis, A., do Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., & Gouveia Rodrigues, R. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education+ Training*, 55(8/9), 763-780.
- Döm, S. (2006). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Furnham, A., & Stelle H. (1993). Measuring locus of control: a critique of general, children's, health- and work-related locus of control questionnaires. *British Journal of Psychology*, 84(4), 443-479.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., & Katz, J. A. (1994). *Finding the entrepreneur in entrepreneurship*, 18(3): 5-9.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. & Gartner, W.B. (1995) A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10, 371-91.
- Good, S.W. (2003). *Building a dream: A Canadian guide to starting your own business (5th ed)*. Toronto: Mc Graw-Hill Ryerson Limited.
- Hamidi, D., Wennberg, K. & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2): 304-20.
- Henry, C., Hill, F ve Leitch, C. (2003). *Entrepreneurship: Education and training*. England: Ash Gate Publishing Limited.
- Hisrich, R. D. ve Peters P. M. (1995). *Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise* (3rd ed.). Homewood: Richard D. Irwin Inc.
- Ho, T.S. ve Koh, H.C. (1992). Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined and non-entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore. *Entrepreneurship, Innovation and Change: An International Journal*, 1, 43-54.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills; London: Sage Publications.
- Israr, A., & Hashim, N. (2017). Impact of personality on entrepreneurial intentions: A proposed framework. *Asian journal of multidisciplinary studies*, 5(3), 67-73.
- İşcan, Ö. F., ve Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.
- Javan, R. S. (2014). The relationship between personality traits and entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(1), 22-33.
- Knight, F.H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. New York: Houghton Mifflin. Also Chicago: University of Chicago Press (1971).
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3): 91-104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. ve Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Kuratko, D. F. (2009). *Entrepreneurship, theory, process, practice*. (8th ed). USA: South-Western Cengage Learning.
- Liden, R. C., Wayne, S. J. & Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships and work outcome. *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 407-416.
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3): 119-144.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurship behaviour and Research*, 6(6), 296-309.
- Low, M.B. and MacMillan, I.C. (1988). Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-61.

- Luthans, F., Stakovic, A. ve Ibrayeva, E. (2000). Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development on transitional economies. *The Journal of World Business*, 35 (1), 95-110.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N. & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups” *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5(2):48-63.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*, Princeton: D. Van Nostrand Company.
- McClelland, D. C. (1965). Need achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389–392.
- Mirela, B. (2008). Innovation-the characteristic tool of entrepreneurs. *Economic Science Series*, 17(4), 135-138.
- Naktiyok, A. (2004). *İç girişimcilik*. İstanbul: Beta Basım.
- Okhomina, D. (2007). Does level of education influence psychological traits? Evidence from used car entrepreneurs. *Journal of Management and Marketing Research*, 3: 1-14.
- Özden K., Temurlenk, M. S ve Başar S. (2008). Girişimcilik eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma, 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi 112 (16), 229-240.
- Praag, C. M. V. (2005). *Successful entrepreneurship: confronting economic theory with empirical practice*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 41-65. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C. & Hunt, H.K. (1991): “An attitude approach to the prediction of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), 13-30.
- Rose, R. C., Kumar, N. ve Yen, L. L. (2006). The dynamics of entrepreneurs’ success factors in influencing venture growth. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (3), 1-19.
- Say, J.B. (1803), *Traité d’économie politique: ou, simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*, Translation: *Treatise on political economy: On the production, distribution and consumption of wealth*. New York: Kelley (1964).
- Schere, J. (1982). Tolerance for ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers. *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 42, 404-408.
- Schumpeter, J.A., (1934). *The theory of economic development*. London: Harvard University Press.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13: 257-279.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. Kent et al (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Shaver, K.G. & L.R. Scott. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2)23-46.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A metaanalytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86: 145-153.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2004). Data quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity. *Journal of Applied Psychology*, 89: 14-21.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Small Business Management*, 45: 401-421.
- Strauser, D. R., Ketz, K., & Keim, J. (2002). The relationship between self-efficacy, locus of control and work personality. *Journal of Rehabilitation*, 68(1), 20.

- Sundbo, J. (1998). *The theory of innovation: entrepreneurs, technology and strategy*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Teoh, H.Y ve Foo, S.L. (1997). Moderating effects of tolerance of ambiguity and risk taking propensity on the role conflict- perceived performance relationship: evidence from Singaporean entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 12, 67-81.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91, 259–271.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.

**Citation:** Aytakin M. & Sönmez A.R. (2019), Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Çalışma Sermayesi Yönetimi Üzerine Etkisi: BİST İmalat Şirketleri Üzerine Bir Uygulama, BMMJ, (2019), 7(1): 327-351 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1070>

## KURUMSAL YÖNETİM UYGULAMALARININ ÇALIŞMA SERMAYESİ YÖNETİMİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİST İMALAT ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mehmet AYTEKİN<sup>1</sup>

Adem Ruhan SÖNMEZ<sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 01/01/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 19/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmada; genel olarak kurumsal yönetim uygulamaları ile çalışma sermayesi yönetimi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kapsamda Borsa İstanbul'da işlem gören 155 imalat şirketinin 2012-2017 yılları arasında ait mali tablo ve faaliyet raporlarından elde edilen veriler, panel veri seti kullanılarak regresyon analizi ile test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; yönetim kurulu üye sayısı, yönetim kurulu bağımsız üye oranı, yönetim kurulu kadın üye oranı, denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile çalışma sermayesi yönetimi bileşenleri arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi, stok devir süresi ve nakit dönüş süresi arasında, denetim komitesi ile cari oran arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Yönetim, Çalışma Sermayesi Yönetimi, Panel Veri Analizi

**Jel Kodları:** G30, M41

## THE IMPACT OF CORPORATE GOVERNANCE ON WORKING CAPITAL MANAGEMENT: AN APPROACH ON BIST MANUFACTURING FIRMS

### ABSTRACT

*The aim of the study was to examine the relationship between corporate governance practices and working capital management in listed manufacturing firms in Turkey. A sample was selected of 155 manufacturing firms at the Borsa Istanbul from 2012 to 2017. Data was collected from financial tables and annual report. This study used regression analyses to investigate the impact of corporate governance on working capital management. In this study; analysed relationship between board size, independence of board director, audit committee, risk management committee and components of working capital management. The results revealed that there is significant relation between levels of working capital management among corporate governance as relation between proportion of independent directors and account receivables, inventory periods and cash conversion cycle; relation between audit committee and current ratio.*

**Keywords:** Corporate Governance, Working Capital Management, Panel Data Analyse

**Jel Codes:** G30, M41

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, [aytekin@gantep.edu.tr](mailto:aytekin@gantep.edu.tr)  
<sup>2</sup> Öğr. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi, [ademruhan@hotmail.com](mailto:ademruhan@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-5464-0677>  
<http://orcid.org/0000-0002-6494-6482>

## 1. GİRİŞ

Günümüzde çevresel değişimin yüksek olması, rekabetin yoğun olması, işletmelerin hızlı bir şekilde gelişmesi, büyümesi ve diğer taraftan işletme çöküşlerinin artması gibi nedenlerle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerde kurumsal yönetim, önem kazanmaya başlamıştır (Kamau ve Basweti, 2013:190). Kurumsal yönetim sisteminin iyi bir şekilde oluşturulmasının; yatırımcıların cezbedilmesine, verimlilik ve rekabet gücünün artmasına katkı sağlayabileceği için şirketin performansının artmasına ve gelişmesine de yardım edebileceği öngörülmektedir. Ayrıca oluşturulan kurumsal yönetim sisteminin şirketin içeride ve dışarıda hesap verilebilirliğinin oluşmasını da sağlayacağı ifade edilmektedir (Ali ve Shah, 2017: 273). Kurumsal yönetimin iyi oluşturulamamasının; daha yüksek maliyete, çalışanların verimliliğinin düşmesine, şirkete daha az yatırımın yapılmasına, şirketin değerinin azalmasına ve şirket faaliyetlerinde performans düşmesine neden olacağı da belirtilmektedir (Mishra ve Mukherjee, 2018:1732).

Kurumsal yönetim kapsamında geliştirilen ilkeler, kodlar ve öneriler, şirketlerin kurumsal yönetim yapılarına yeni unsurların girmesine neden olmaktadır. Kurumsal yönetimin içerisinde yer alan anlayışların ve uygulamaların benimsetilmesi şirketlere maddi anlamda yararlar sağlayacaktır. Bu bağlamda, iyi kurumsal yönetim; şirketlere hem finansal başarı hem de finansal piyasalardaki getirilerinde artış sağlayabilir. Diğer taraftan şirketin finansmanı için gerekli olan kaynaklara kolay ve düşük maliyetle ulaşabilmelerine ve yabancı yatırımcılardan elde edilecek kaynaklara ulaşabilmelerinde de etkili olabileceği söylenebilir (Üsdiken ve Yıldırım Öktem, 2008:47).

Bir firmanın kurumsal yönetim süreci gösterdiği faaliyetlerde kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla kurumsal yönetim kavramı, hissedarların yatırımlarını koruyan bir yapıdır (Njoroge, 2018:1). Kurumsal yönetim; şeffaflığı, hesap verebilirliği, adilliği ve sorumluluğu sağlayarak, yöneticilerin, çalışanların, hissedarların, üst düzey yöneticilerin, yönetim kurulu üyelerinin ve tedarikçilerin haklarının korunarak şirket faaliyetlerinin yönlendirildiği ve kontrol edildiği süreçler bütünüdür (Kajananthan ve Achchuthan, 2013:23). Kurumsal yönetim; hissedarların karşılaşabileceği riskleri önlemek ve haklarını koruma, birimler arasında görev ve yetki dağılımlarını sınırlandırarak, yöneticilerin keyfi kararlar vermesini engellemek amacı ile oluşturulan bir yapıdır (Zheka, 2005:452). Diğer bir ifade ile kurumsal yönetim; firmaların devamlılığını ve hissedar haklarının korunması için misyon, vizyon, yapı, strateji ve liderlik gibi önemli unsurların kimler tarafından ve nasıl belirlenerek düzenleneceğine yönelik bir yönetim modeli (İşcan ve Kaygın, 2009:214) olup bu yapının

ayrıca diğeri bir görevi; firmaya kaynak sağlayan hissedarların kazançlarını güvence altına alarak, yatırımcıların mülksüzleştirilmelerine engel olmaktır (Arıkboğa ve Menteş, 2009:86).

Kurumsal yönetim, sahipliğin ve kontrolün ayrılması sonucu ortaya çıkan vekâlet problemlerinin en aza indirilmesini sağlayan mekanizmalar ortaya koymaktadır. Kurumsal yönetimin ortaya koyduğu mekanizmalar ülkelere göre farklılık gösterebilmektedir. Türkiye’de benimsenen kurumsal yönetim mekanizması, Kıta Avrupa’sı sisteminin özelliklerini taşımaktadır. Türkiye’de Anglo-Saxon ve Anglo-Amerikan tarafından benimsenen dışsal mekanizmaların zayıf olmasından ve Türkiye’de aile şirketlerinin yoğunluğundan dolayı kurumsal yönetim mekanizmaları yoğun sahiplik ve yönetim kurulu şeklindeki içsel mekanizma ile gerçekleştirilmektedir (Selekler Gökşen ve Karataş, 2008:138; Nas vd., 2013:212).

Vekâlet teorisinde, asil ve vekil arasındaki çatışmaların en aza indirilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, asil-vekil çatışması sahiplik yapısının dağılık olduğu ortamlarda ortaya çıkabilmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde sahiplik yapısının dağılık olmadığı yani sahipliğin az sayıda kişinin ya da ailenin elinde toplanan işletmelerde asil-vekil çatışmasından ziyade en fazla paya sahip ortak ile azınlık pay sahibi arasında asil-asil çatışması ortaya çıkabilmektedir (Üsdiken ve Yıldırım Öktem, 2008:47; Young vd., 2008:200; Karoğlu, 2016:66).

Türkiye’de kurumsal yönetim alanında yapılan düzenleme ilk olarak Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) tarafından öneri niteliğinde hazırlanmış olan ‘En İyi Uygulama Kodu’ isimli rapordur. Bu raporda, şirketlerin yönetim kurullarının nasıl oluşturulabileceğine ve bağımsız yönetim kurulu üyesinin ne kadar oranda bulunması gerektiğine ilişkin öneriler yer almaktadır. Sermaye Piyasası Kurulu, ilk olarak 2003’te, daha sonra 2005 ve 2011’de son olarak da 2014 yılında Borsa İstanbul’da işlem gören işletmelerin uyması gereken, eğer uymuyorsa nedenini açıklaması gereken kurumsal yönetim düzenlemeleri gerçekleştirmiştir. Bu düzenlemelerde yönetim kurulunda en az kaç üyenin olması gerektiği, bağımsız üye sayısının en az kaç kişiden oluşması gerektiği ve yönetim kurulunda oluşturulması gereken komiteler belirtmiştir. Kurumsal yönetim anlamında yapılan bu değişiklikler şirketlerin yönetim kurullarını bağımsızlaştırma niyetiyle yapılmaktadır. Bu bağımsızlaştırma niyetinin temelini asil-vekil (vekâlet) teorisi oluşturmaktadır. Bu değişikliklerin asıl amacı şirket yönetim kurullarının şirketi fiili olarak yönetenlerin denetlenebilmesini sağlamaktır. Vekâlet teorisine göre asiller (şirket sahipleri) ve vekiller (yöneticiler) arasında meydana gelebilecek çatışmaların ve yöneticilerin denetlenmesi; şirket

yönetim kurullarına içeriden ve dışarıdan yer alan üye oranlarının etki edeceği öngörülmektedir. İçeriden üye kavramı; şirkette yönetici pozisyonunda çalışanları, şirketin emeklilerini ve çalışanların aileleri için kullanılırken, fiiliyatta şirkette üst düzey yöneticilik yapan icracıların da yönetim kurulunda bulunmasıdır. Dışarıdan üyeler; içeriden üye kavramı dışındaki, icracı olmayan üyeler olarak nitelendirilir. Ayrıca bunlar ilişkili ve bağımsız üyeler olarak sınıflandırılabilir. Şirket ile iş ilişkisi bulunan üyelere ilişkili üyeler, şirket ile yönetim kurulu üyeliği haricinde hiçbir iş ilişkisi bulunmayanlara da bağımsız üyeler denir. Buna bağlı olarak vekalet teorisinin temel görüşü; şirketlerdeki bağımsız üye oranının artırılması ile şirket yöneticilerinin denetleme olanağının artırılabilir (Üsdiken ve Yıldırım Öktem, 2008:47-48; Yıldırım Öktem ve Üsdiken, 2010:119).

Çalışma sermayesi; işletmenin elinde bulundurduğu ve bir yıl içerisinde paraya çevrilebilme kabiliyeti yüksek olan diğer bir ifade ile likiditesi yüksek olan veya kolay bir şekilde devredilebilen, bilançonun dönen varlık grubunda yer alan varlıkları (Brigham ve Houston, 2007: 63) ve kısa vadeli borçlarını içerisine alan bir yapıyı ifade etmektedir (Ahmad vd., 2017:67). Çalışma sermayesi; ticari alacaklar, stoklar, ticari borçlar ve günlük faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için kullanılan nakdi içerir (Gill ve Biger, 2013:116). Dolayısıyla çalışma sermayesi yönetimi, işletme tarafından etkin bir şekilde gerçekleştirdiğinde likidite ve karlılığı sağlayacak ve kendisini iflasa karşı koruma altına alacak (Kamau ve Basweti, 2013:190) ve firmanın değerinde artış sağlanacaktır (Kajananthan ve Achchuthan, 2013:23). Diğer taraftan çalışma sermayesinin etkin bir şekilde yönetilememesi durumunda; işletmede likidite krizi yaşanabilecek, işletmenin kredibilitesinin ve karlılığının düşmesine neden olabilecektir (Al-Rahahleh, 2016:140). Ayrıca işletmede karlılığı düşürmesine bağlı olarak hissedarların getirisi de olumsuz etkilenecek ve düşürecektir (Jamalinesari ve Soheili, 2015:500).

İşletmenin kurumsal yönetim yapısı; çalışma sermayesi yönetimine ilişkin alınan kararlar açısından kritik öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Çünkü çalışma sermayesinin verimli bir şekilde yönetilmesi, işletmenin rekabetinin ve karlılığının geliştirilmesinde önemli bir unsurdur. Bu yüzden kurumsal yönetim işletmenin performansının ve rekabet gücünün geliştirilmesi açısından önemli bir özelliğe sahiptir (Kamau ve Basweti, 2013:191). Kurumsal yönetimin; çalışma sermayesi yönetimine, etki eden faktörlerden birisi olduğu düşünülmektedir. Çünkü kurumsal yönetim, işletmenin sahip olduğu çalışma sermayesi unsurları için gerekli olan politikaların geliştirilmesini sağlamakta ve bu unsurların kontrolünde önemli rol oynamaktadır. Örneğin denetim komitesi; finansal raporların

muhasebe standartlarına uygun bir şekilde gerçekleştirilmesini, finansal raporların hileli bir şekilde düzenlenmemesini ve işletmenin finansal durumu hakkında yönetime sağlıklı bilginin ulaşmasını sağlayan kurumsal yönetim unsurlarından birisi olduğundan çalışma sermayesi açısından önemlidir. Aynı şekilde yönetim kurulunun yapısı, kurumsal yönetim yapısının oluşturulmasında önemli bir unsurdur. Çünkü yönetim kurulu üyeleri işletmenin yönetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve işletme denetiminin sağlanması ile görevlendirildiklerinden, işletmenin finansal yönetimi açısından büyük öneme sahiptir (Njoroge, 2018:3; Kamau ve Basweti, 2013:191; Faradonbeh ve Dolatabadi, 2015:1743). Yönetim kurulunun bağımsızlığının en önemli göstergesi, icradan bağımsız olmasıdır. Yönetim kurulunun görevi; icra yetkisine ve sorumluluğuna sahip kişileri seçmek, denetlemek ve kontrol etmektir. Bu bağlamda Fama ve Jensen karar sürecini; başlatma, onaylama, uygulama ve izleme şeklinde sıralamaktadır. Başlatma ve uygulama, karar yönetimini ifade ederken, onaylama ve izleme ise karar kontrolünü ifade etmektedir. Karar yönetimi; icracı üyelerin yetkinlik alanını, karar kontrolü ise ağırlıklı olarak bağımsız üyelerin yetkinlik alanını oluşturmaktadır. Böylelikle icra ve kontrol ayrılmış olacaktır. Böylece, iç kontrol mekanizmasının oluşması sağlanacak, yöneticiler tarafından alınan kararların kontrolü ve denetiminin yanında kontrol edilemeyen gücün oluşması engellenebilecektir. Dolayısıyla, ortaya çıkabilecek vekâlet çatışmaları azaltılabilecektir (Ararat ve Eroğlu, 2017:111-112). Ayrıca yönetim kurulunda yer alan bağımsız üyeler ise yönetim kurulu tarafından verilecek kararlara ilişkin tavsiyede bulunacaklarından ve karar kontrolünü sağlayabileceklerinden işletme fonlarının yanlış yönlendirilmesinden dolayı ortaya çıkabilecek vekâlet problemlerinin olasılığını da azaltılabilecektir.

Bu çalışmada genel olarak kurumsal yönetim uygulamalarının çalışma sermayesi yönetimi üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu kapsamda literatürde bu konu ile ilgili birçok çalışma bulunmasına rağmen Türkiye’de henüz bu konuya ilişkin yapılmış yeterli çalışma bulunmamaktadır. Spesifik olarak da BİST’te işlem gören imalat şirketleri üzerine, kurumsal yönetim uygulamalarının çalışma sermayesi yönetimi üzerindeki etkisine ilişkin herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, ilgili literatüre katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

## **2. LİTERATÜR**

Kurumsal yönetim uygulamaları, vekâlet teorisi ve hizmetkâr (stewardship) teorisi gibi bakış açılarından ele alınabilir. Hizmetkâr (stewardship) teorisi; yöneticilerin, şirket faaliyetleri hakkında derin bilgiye sahip olduklarını ve şirkete dışarıdan atanan bağımsız



üyelerden daha iyi hizmet edebileceğini savunmaktadır (Muth ve Donaldson, 1998:6). Hizmetkâr teorisyenleri, yönetim kurulunda daha az sayıda üye olması ve içeriden üyelerin daha fazla olması gerektiğini savunmaktadır. Bu bağlamda, şirketin yönetim kurulunda yer alan üye sayısının fazla olması üyeler arasındaki iletişimi zorlaştırabileceği ve yöneticilerin şirket performansı hakkında gerekli olan bilgiye zamanında ulaşamamasına neden olabileceğinden, şirket yönetim kurullarının daha az sayıda üyeden oluşmasının daha uygun olacağı savunulmaktadır (Selekler Gökşen ve Karataş, 2008:134). Vekâlet teorisi, yönetim kurullarını, yöneticilerin verdikleri kararlara karşı hissedarları koruyan ve kontrol görevi olan bir yapısal mekanizma olarak tanımlamaktadır. Vekâlet teorisyenlerine göre, yönetim kurulunun aslî görevinin yöneticileri izlemek olduğu ve yöneticilerin verecekleri keyfi kararların engellenmesi dışarıdan üyeler olarak adlandırılan bağımsız üyelerle mümkün olabilmektedir. Buna bağlı olarak vekâlet teorisi, yöneticilerin baskınlığını engellemek için şirketlerin yönetim kurulu üye sayısının ve bağımsız üye oranının fazla olması gerektiğini savunmaktadır (Selekler Gökşen ve Karataş, 2008:134).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde hissedarları koruyan kanunların zayıf olmasından, şirketlerin yönetim kurulu ve sahiplik yapısının birbirinden ayrıldığı aile şirketleri veya holdinglerden oluşmasından dolayı kurumsal yönetim mekanizmalarında dışsal mekanizmaların yerine daha iyi işlev gördüğü düşünülen yönetim kurulu ve yönetim kuruluna bağlı olan komitelerden oluşan içsel mekanizmalar tercih edilmektedir (Selekler Gökşen ve Karataş, 2008:138; Ararat vd., 2017:115). Bu çalışma vekâlet teorisi çerçevesinde içsel mekanizma olarak değerlendirilen yönetim kurulu yapısı (yönetim kurulu üye sayısı, bağımsız üye oranı, kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi) ile çalışma sermayesi unsurları arasındaki ilişkileri incelenmektedir.

Yönetim kurulu üyeleri, işletme sahipleri tarafından vekâlet verilmiş kişiler olup işletmenin faaliyetlerine yönelik politikaların oluşturulmasında önemli rol oynamaktadırlar. Yönetim kurulu üyeleri; işletme faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesi için alacak yönetimi, nakit yönetimi, ticari borç yönetimi ve stok yönetimi politikalarının belirlenmesine ilişkin stratejik kararları alarak gerekli finansal kaynakların temininden sorumludur. Bu yüzden yönetim kurulu üyeleri çalışma sermayesi yönetimine ilişkin politikaların belirlenmesinde kritik rol oynayabilmektedir. İşletme faaliyetlerin ve kaynakların doğru yönlendirilmemesi, hissedarların çıkarlarının göz ardı edilmesi ve yöneticilerin kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmeleri nedeniyle vekâlet problemleri ortaya çıkabilmektedir. Yönetim kurulunda yer alan bağımsız üyeler; karar kontrolünü sağlayan unsurlar olup ortaya çıkabilecek vekalet

problemlerini engelleyebilirler. Bağımsız üyeler; karar verme sürecinde, kendi deneyimlerini paylaşarak işletme politikalarının belirlenmesinde ve alacaklara, ticari borçlara ve stoklara ilişkin yöneticilerin aldığı kararlarda ortaya çıkabilecek vekâlet maliyetlerinin düşürülmesinde de etkili olabilmektedirler. Vekâlet teorisinde yönetim kurulu üye sayısının fazla olması ve bağımsız üye oranının yüksek olması şirketin daha iyi denetlenmesini sağlayabileceği belirtilmektedir. Dolayısıyla yönetim kurulu üye sayısının fazla ve bağımsız üye oranının yüksek olması ile çalışma sermayesine ilişkin yöneticilerin olumsuz karar almaları engellenebilir. Buna bağlı olarak da işletmenin ticari borç ödeme süresi, alacakların tahsil süresi, nakit dönüş süresi ve stok devir süresi daha kısa sürede gerçekleşebilir.

Vekâlet teorisine göre kadın üyeler; karmaşık konulara farklı bakış açısı getirerek problemlerin çözümüne, stratejilerin oluşturulmasına ve tarafsızlığın sağlanmasına yardımcı olabilmektedir (Francoeur vd., 2007:84). Yönetim kurulundaki cinsiyet çeşitliliği, işletmenin sahip olduğu kaynakların çeşitliliğini artmasına ve dolayısıyla işletme performansının da olumlu yönde etkilenmesine katkı sağlayabilir (Ocak, 2013:109; Kang vd., 2007:195). Dolayısıyla içsel mekanizma olarak nitelendirilen yönetim kurulu içerisinde kadın üyelerin varlığı çalışma sermayesi yönetimini de olumlu etkileyebilir.

Denetim komitesi; bağımsız üyelerden oluşan, şirketin iç denetim ve iç kontrol mekanizmasının işleyiş ve etkinliğini denetleyen, finansal raporların doğru ve muhasebe standartlarına uygun bir şekilde oluşturulmasını sağlayan yapıdır. Dolayısıyla denetim komitesi, işletmenin finansal yönetiminin güçlenmesinde önemli rol oynayabilir. Buna bağlı olarak denetim komitesi; alacakların, ticari borçların, nakdin ve stokların denetlenmesinde ve raporlanmasında etkili olabileceği için çalışma sermayesinin verimliliğini de etkileyebilir (SPK, 2014:15; Gill ve Biger, 2013:119).

Riskin erken saptanması komitesi; şirketin varlığını ve gelişimini tehlikeye düşürecek finansal riskleri tespit ederek önlemlerin alınmasından sorumlu olan komitedir. Dolayısıyla içsel mekanizma olarak nitelendirilen yönetim kurulu bünyesinde oluşturulan riskin erken saptanması komitesi, çalışma sermayesi yönetimine olumlu etki edebilir. Zira bu komite; çalışma sermayesi unsurlarındaki risklerin neden olabileceği olumsuz durumları tespit ederek, çalışma sermayesi unsurlarının daha etkin yönetilmesinde önemli rol oynayabilir.

Literatürde kurumsal yönetim uygulamaları ile çalışma sermayesi yönetimi arasındaki ilişkilere ilişkin farklı tespitler yapılmıştır. Bazı çalışmalarda bu ilişkilerin pozitif olduğunu, bazı çalışmalarda ise negatif olduğunu bazı çalışmalarda da ilişki olmadığına dair kanıtlar

vardır. Bu çalışmada ise vekalet teori çerçevesinde bu iki değişken arasında negatif ilişkilerin olacağı öngörüsü ile araştırma hipotezleri kurgulanmıştır. Kurumsal yönetim uygulamalarının unsurlarından; yönetim kurulu üye sayısı, bağımsız üye oranı, yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile ticari borç devir süresi arasındaki ilişkilerin analizine yönelik literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), Chaudhry ve Ahmad (2015), Gill vd. (2015) ve Sathyamoorthi vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile ticari borç devir süresi arasında pozitif ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer taraftan, Fiador (2016) ve Jamalinesari ve Soheili (2015) ise yönetim kurulu üye sayısı ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir. Fakat Gill ve Biger (2013) ve Njoroge (2018) yönetim kurulu üye sayısı ile ticari borç devir süresi arasında ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır. Aynı şekilde; Chaudhry ve Ahmad (2015) ve Jamalinesari ve Soheili (2015) bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında pozitif ilişki olduğuna; Fiador (2016), bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişkinin olduğuna; Achchuthan ve Kajanathan (2013) ve Njoroge (2018), yönetim kurulunda yer alan bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında ilişkinin olmadığını kanıtlamışlardır. Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer bir unsuru olan yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında ilişkinin olmadığını belirtmişlerdir. Chaudhry ve Ahmad (2015), denetim komitesi ile ticari borç devir süresi arasında pozitif ilişkinin olduğunu; Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) ise ilişki olmadığını belirtmişlerdir. Diğer taraftan literatürde kurumsal yönetim uygulamalarından riskin erken saptanması komitesi ile çalışma sermayesi yönetimine yönelik herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Vekâlet teorisi kapsamında, yukarıda da ifade edildiği üzere; yönetim kurulu üye sayısının fazla olması, bağımsız üye ve kadın üye oranının yüksek olması, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin varlığı çalışma sermayesi unsurlarından ticari borç devir süresini kısaltabilir. Yani kurumsal yönetim uygulamaları, ticari borç devir süresini olumlu yönde etkilenebilir. Literatürde yukarıda belirtildiği üzere bu değişkenler arasında negatif ilişki olduğuna dair kanıtlarda bulunmaktadır. Bu çalışmada da söz konusu değişkenler arasında negatif bir ilişkinin olacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada aşağıda belirtilen hipotezler test edilecektir.

**H<sub>1</sub>:** Kurumsal yönetim uygulamaları ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>1a</sub>:** Yönetim Kurulu üye sayısı ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

*H<sub>1b</sub>: Bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>1c</sub>: Yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>1d</sub>: Denetim komitesi ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>1e</sub>: Riskin erken saptanması komitesi ile ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

Kurumsal yönetim uygulamaları unsurları ile alacak devir süresi arasındaki ilişkilerin analizine yönelik literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Chaudhry ve Ahmad (2015), yönetim kurulu üye sayısı ile çalışma sermayesi yönetiminin diğer bir unsuru olan alacak devir süresi arasında negatif ilişki olduğunu; diğer taraftan Gill ve Biger (2013), Njoroge (2018), Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), Fiador (2016), Gill vd. (2015) ve Sathyamoorthi vd. (2018) ise yönetim kurulu üye sayısı ile alacak devir süresi arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını belirtmişlerdir. Aynı şekilde Chaudhry ve Ahmad (2015), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer unsuru olan bağımsız üye oranı ile alacak devir süresi arasında pozitif ilişkinin olduğunu; Fiador (2016), bağımsız üye oranı ile alacak devir süresi arasında negatif ilişkinin olduğunu; Achchuthan ve Kajanathan (2013) ve Njoroge (2018), bağımsız üye oranı ile alacak devir süresi arasında ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017), yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile alacak devir süresi arasında ilişkinin olmadığını belirtmişlerdir. Chaudhry ve Ahmad (2015), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer bir unsuru olan denetim komitesi ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki olduğunu; diğer taraftan Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) ise denetim komitesi ile alacak devir süresi arasında ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır. Vekâlet teorisi kapsamında, yukarıda da ifade edildiği üzere; yönetim kurulu üye sayısının fazla olması, bağımsız üye ve kadın üye oranının yüksek olması, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin varlığı çalışma sermayesi unsurlarından alacak devir süresini kısaltabilir. Yani kurumsal yönetim uygulamaları, alacak devir süresini olumlu yönde etkilenebilir. Literatürde yukarıda belirtildiği üzere bu değişkenler arasında negatif ilişki olduğuna dair kanıtlarda bulunmaktadır. Bu çalışmada da söz konusu değişkenler arasında negatif bir ilişkinin olacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada da yönetim kurulu üye sayısı, yönetim kurulundaki bağımsız üye oranı, yönetim kurulundaki kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması

komitesi ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki olup olmadığını analiz etmek amacı ile aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

**H<sub>2</sub>:** Kurumsal yönetim uygulamaları ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>2a</sub>:** Yönetim Kurulu üye sayısı ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>2b</sub>:** Bağımsız üye oranı ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>2c</sub>:** Yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>2d</sub>:** Denetim komitesi ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

**H<sub>2e</sub>:** Riskin erken saptanması komitesi ile alacak devir süresi arasında negatif ilişki vardır.

Kurumsal yönetim uygulamalarının unsurları ile stok devir süresi arasındaki ilişkilerin analizine yönelik literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Njoroge (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile stok devir süresi arasında pozitif ilişki bulunduğunu; diğer taraftan Chaudhry ve Ahmad (2015), Gill vd. (2015) ve Sathyamoorthi vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile stok devir süresi arasında negatif ilişki bulunduğunu; fakat Gill ve Biger (2013) ve Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), yönetim kurulu üye sayısı ile stok devir süresi arasında ilişki bulunmadığını belirtmişlerdir. Aynı şekilde Chaudhry ve Ahmad (2015), bağımsız üye oranı ile stok devir süresi arasında negatif ilişki olduğunu; diğer taraftan Achchuthan ve Kajanathan (2013), Njoroge (2018) ve Fiador (2016), bağımsız üye oranı ile stok devir süresi arasında ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Sathyamoorthi vd (2018) ve Ali ve Shah (2017), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer bir unsuru olan yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile stok devir süresi arasında ilişki olmadığını belirtmişlerdir. Chaudhry ve Ahmad (2015) denetim komitesi ile stok devir süresi arasında negatif ilişki olduğunu; Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) ise denetim komitesi ile stok devir süresi arasında ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır. Vekâlet teorisi kapsamında yukarıda da ifade edildiği üzere; yönetim kurulu üye sayısının fazla olması, bağımsız üye ve kadın üye oranının yüksek olması, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin varlığı çalışma sermayesi unsurlarından stok devir süresini kısaltabilir. Yani kurumsal yönetim uygulamaları, stok devir süresini olumlu yönde etkilenebilir. Literatürde yukarıda belirtildiği üzere bu değişkenler arasında negatif ilişki olduğuna dair kanıtlarda bulunmaktadır. Bu çalışmada da söz konusu değişkenler arasında negatif bir ilişkinin olacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada da yönetim kurulu üye sayısı, yönetim

kurulundaki bağımsız üye oranı, yönetim kurulundaki kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile stok devir süresi arasında negatif ilişki olup olmadığını analiz etmek amacı ile aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

*H<sub>3</sub>: Kurumsal yönetim uygulamaları ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>3a</sub>: Yönetim Kurulu üye sayısı ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>3b</sub>: Bağımsız üye oranı ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır*

*H<sub>3c</sub>: Yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>3d</sub>: Denetim komitesi ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>3e</sub>: Riskin erken saptanması komitesi ile stok devir süresi arasında negatif ilişki vardır.*

Kurumsal yönetim uygulamalarının unsurları ile cari oran arasındaki ilişkilerin analizine yönelik literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Ahmad vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile cari oran arasında pozitif ilişkinin olduğunu; Gill ve Biger (2013) ve Sathyamoorthi vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile cari oran arasında negatif ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir. Aynı şekilde Achchuthan ve Kajanathan (2013), bağımsız üye oranı ile cari oran arasında ilişki olmadığını, Sathyamoorthi vd (2018) ve Ali ve Shah (2017), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer bir unsuru olan yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile cari oran arasında ilişki olmadığını belirtmişlerdir. Ahmad vd. (2018), kurumsal yönetim uygulamalarından denetim komitesi ile cari oran arasında pozitif ilişki olduğunu; Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) ise denetim komitesi ile cari oran arasında ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Vekâlet teorisi kapsamında yukarıda da ifade edildiği üzere; yönetim kurulu üye sayısının fazla olması, bağımsız üye ve kadın üye oranının yüksek olması, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin varlığı çalışma sermayesi unsurlarından cari oranı yükseltebilir. Yani kurumsal yönetim uygulamaları, cari oranı olumlu yönde etkilenebilir. Literatürde yukarıda belirtildiği üzere bu değişkenler arasında pozitif ilişki olduğuna dair kanıtlarda bulunmaktadır. Bu çalışmada da yönetim kurulu üye sayısı, yönetim kurulundaki bağımsız üye oranı, yönetim kurulundaki kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile cari oran arasında pozitif ilişki olup olmadığını analiz etmek amacı ile aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

*H<sub>4</sub>: Kurumsal yönetim uygulamaları ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

*H<sub>4a</sub>: Yönetim Kurulu üye sayısı ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

*H<sub>4b</sub>: Bağımsız üye oranı ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

*H<sub>4c</sub>: Yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

*H<sub>4d</sub>: Denetim komitesi ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

*H<sub>4e</sub>: Riskin erken saptanması komitesi ile cari oran arasında pozitif ilişki vardır.*

Kurumsal yönetim uygulamalarının unsurları ile nakit dönüş süresi arasındaki ilişkilerin analizine yönelik literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; Ahmad vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile nakit dönüş süresi arasında pozitif ilişkinin olduğunu; Jamalinesari ve Soheili (2015), Gill ve Biger (2013), Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), Ali ve Shah (2017), Chaudhry ve Ahmad (2015), Gill vd. (2015) ve Sathyamoorthi vd. (2018), yönetim kurulu üye sayısı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişkinin olduğunu; fakat Kajananthan ve Achchuthan (2013) ve Fiador (2016), yönetim kurulu üye sayısı ile nakit dönüş süresi arasında ilişki bulunmadığını belirtmişlerdir. Fiador (2016) ve Chaudhry ve Ahmad (2015), bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki olduğunu; Achchuthan ve Kajananthan (2013) ve Jamalinesari ve Soheili (2015), bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017) ise kurumsal yönetim uygulamalarından yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Örneğin; Ahmad vd. (2018), kurumsal yönetim uygulamalarının diğer bir unsuru olan denetim komitesi ile nakit dönüş süresi arasında pozitif ilişki olduğunu; Chaudhry ve Ahmad (2015), denetim komitesi ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişkinin olduğunu; fakat Achchuthan ve Kajananthan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajananthan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) ise denetim komitesi ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır. Vekâlet teorisi kapsamında yukarıda da ifade edildiği üzere; yönetim kurulu üye sayısının fazla olması, bağımsız üye ve kadın üye oranının yüksek olması, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin varlığı çalışma sermayesi unsurlarından nakit dönüş süresini kısaltabilir. Yani kurumsal yönetim uygulamaları, nakit dönüş süresi olumlu yönde etkilenebilir. Literatürde yukarıda belirtildiği üzere bu değişkenler arasında negatif ilişki olduğuna dair kanıtlarda bulunmaktadır. Bu çalışmada da söz konusu değişkenler arasında negatif bir ilişkinin olacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada da yönetim kurulu üye sayısı, yönetim kurulundaki bağımsız üye oranı, yönetim kurulundaki kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile nakit dönüş süresi

arasında negatif ilişki olup olmadığını analiz etmek amacı ile aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

*H<sub>5</sub>: Kurumsal yönetim uygulamaları ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>5a</sub>: Yönetim Kurulu üye sayısı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>5b</sub>: Bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>5c</sub>: Yönetim kurulunda yer alan kadın üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>5d</sub>: Denetim komitesi ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

*H<sub>5e</sub>: Riskin erken saptanması komitesi ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki vardır.*

### 3. METODOLOJİ

Bu araştırma; BIST’te işlem gören ve imalat sektöründe faaliyet gösteren 155 işletmenin 2012-2017 yıllarındaki mali tablo ve faaliyet raporlarından, Finnet Mali Analiz Programı kullanılarak elde edilen verilerle yapılmıştır. Araştırmada dengeli panel veri seti kullanılmış ve analizler STATA programı ile yapılmıştır. Bu kapsamda, çalışmada kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ve açıklamaları Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Çalışmada Kullanılan Değişkenler ve Açıklamaları

Bağımsız Değişkenler	Açıklama
Yönetim Kurulu Üye Sayısı (YKUS)	Yönetim kurulunda yer alan toplam üye sayısı
Bağımsız Üye Oranı (BUO)	Bağımsız üye sayısı / Yönetim Kurulu Üye Sayısı
Yönetim Kurulu Kadın Üye Oranı (YKKUO)	Yön. Kur. Yer alan Kadın üye sayısı / Yön. Kur. Üy. Say.
Denetim Komitesinin Varlığı (DKV)	Eğer şirkette denetim komitesi var ise 1; denetim komitesi yok ise 0
Riskin Erken Saptanması Komitesinin Varlığı (RESKV)	Eğer şirkette riskin erken saptanması komitesi var ise 1; riskin erken saptanması komitesi yok ise 0
Bağımlı Değişkenler	Açıklama
Alacak Devir Süresi (ADS)	(Ticari Alacaklar / Satışlar) * 365
Stok Devir Süresi (SDS)	(Stoklar / Satılan Mamul Maliyeti) * 365
Ticari Borç Devir Süresi (TBDS)	(Ticari Borçlar / Satılan Mamul Maliyeti) * 365
Nakit Dönüş Süresi (NDS)	Alacak Devir Süresi + Stok Devir Süresi – Ticari Borç Devir Süresi
Cari Oran (CO)	Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

Bu araştırmada test edilen modeller şunlardır:

$$TBDS_{it} = \beta_0 + \beta_1 YKUS_{it} + \beta_2 BUO_{it} + \beta_3 YKKUO_{it} + \beta_4 DKV_{it} + \beta_5 RESKV_{it} + \epsilon_{it}$$

$$ADS_{it} = \beta_0 + \beta_1 YKUS_{it} + \beta_2 BUO_{it} + \beta_3 YKKUO_{it} + \beta_4 DKV_{it} + \beta_5 RESKV_{it} + \epsilon_{it}$$

$$SDS_{it} = \beta_0 + \beta_1 YKUS_{it} + \beta_2 BUO_{it} + \beta_3 YKKUO_{it} + \beta_4 DKV_{it} + \beta_5 RESKV_{it} + \epsilon_{it}$$



$$CO_{it} = \beta_0 + \beta_1 YKUS_{it} + \beta_2 BUO_{it} + \beta_3 YKKUO_{it} + \beta_4 DKV_{it} + \beta_5 RESKV_{it} + \epsilon_{it}$$

$$NDS_{it} = \beta_0 + \beta_1 YKUS_{it} + \beta_2 BUO_{it} + \beta_3 YKKUO_{it} + \beta_4 DKV_{it} + \beta_5 RESKV_{it} + \epsilon_{it}$$

Yukarıda görüldüğü üzere araştırmanın modelleri; panel veri analizi yardımı ile çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz kapsamında kullanılan testlere ilişkin açıklamalara, bulgular kısmında yer verildiği için burada değinilmemiştir.

#### 4. BULGULAR

Araştırmada yapılan analizler sonucunda değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerine ilişkin testlerine ait bulgular aşağıda sırası ile verilmiştir.

**Tablo 2.** Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Gözlem sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Min.	Max.
<b>TBDS</b>	930	87.367	193.433	2.697	5764.837
<b>SDS</b>	930	78.931	66.893	.686	629.583
<b>ADS</b>	930	94.508	63.229	.072	589.549
<b>NDS</b>	930	86.072	196.295	-5069.985	670.776
<b>CO</b>	930	2.106	2.316	.074	43.863
<b>YKUS</b>	930	7.062	2.199	3	15
<b>BUO</b>	930	.294	.11	0	1
<b>YKKUO</b>	930	.136	.145	0	.667
<b>DKV</b>	930	.93	.255	0	1
<b>RESKV</b>	930	.873	.333	0	1

**TBDS:** Ticari borç devir süresi, **SDS:** Stok Devir Süresi, **ADS:** Alacak Devir Süresi, **NDS:** Nakit Dönüş Süresi, **CO:** Cari Oran, **YKUS:** Yönetim kurulundaki üye sayısı, **BUO:** Bağımsız Üye Oranı, **YKKUO:** Yönetim Kurulundaki Kadın Üye Oranı, **DKV:** Denetim Komitesinin Varlığı, **RESKV:** Riskin Erken Saptanması Komitesinin Varlığı.

Tablo 2’de görüldüğü üzere göre araştırma kapsamındaki firmaların çalışma sermayesi değişkenlerinden; ticari borç devir süresinin 87 gün, alacak devir süresinin 94 gün, stok devir süresinin 78 gün, nakit dönüş süresinin 86 gün ve cari oran ortalamasının ise 2 olduğu görülmektedir. Kurumsal yönetime ilişkin değişkenlerden yönetim kurulu üye sayısının 7 kişi, bağımsız üye oranının % 30, kadın üye oranının ortalama % 13 olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.** Korelasyon Tablosu

	TBDS	ADS	SDS	NDS	CO	YKUS	BUO	YKKUO	DKV	KURYKV	RESKV
TBDS	1										
ADS	0.121***	1									
SDS	0.204***	0.105**	1								
NDS	-0.877***	0.238***	0.174***	1							
CO	-0.086**	0.147***	-0.018	0.126***	1						
YKUS	-0.052	-0.110***	-0.241***	-0.067*	-0.046	1					
BUO	-0.069*	0.178***	0.137***	0.172***	-0.037	-0.223***	1				
YKKUO	0.003	0.055	0.090**	0.045	-0.023	-0.203***	-0.043	1			
DKV	-0.128***	0.040	-0.080*	0.112***	-0.099**	0.227***	0.577***	-0.027	1		
KURYKV	-0.095**	0.061	-0.047	0.098**	-0.058	0.221***	0.599***	0.007	0.803***	1	
RESKV	-0.109***	0.029	-0.035	0.105**	-0.032	0.264***	0.482***	-0.062	0.605***	0.758***	1

TBDS: Ticari borç devir süresi, ADS: Alacak Devir Süresi, SDS: Stok Devir Süresi, NDS: Nakit Dönüş Süresi, CO: Cari Oran, YKUS: Yönetim kurulundaki üye sayısı, BUO: Bağımsız Üye Oranı, YKKUO: Yönetim Kurulundaki Kadın Üye Oranı, DKV: Denetim Komitesinin Varlığı, KURYKV: Kurumsal Yönetim Komitesinin Varlığı, RESKV: Riskin Erken Saptanması Komitesinin Varlığı

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Tablo 3'te araştırma kapsamında test edilen değişkenlere ait korelasyon katsayıları görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere; denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile kurumsal yönetim komitesinin varlığı arasında yüksek derecede korelasyona rastlanmıştır. Bağımsız değişkenler arasındaki yüksek korelasyon, çoklu doğrusallık (multicollinearity) sorununa neden olur. Bu problemle karşılaşmamak için kurumsal yönetim komitesinin varlığı değişkeni analize konu olan modellere dâhil edilmemiştir.

#### 4.1. Araştırma Modellerine İlişkin Ön Testler

Panel veri analizinde hangi yaklaşımın kullanılacağına karar vermeden önce klasik modelin (En Küçük Kareler Yöntemi) geçerliliğini, yani araştırmaya konu olan verilerin birimlere ve zamana göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için iki yönlü modelin geçerliliğini, birim etkiyi ve zaman etkisini test etmek için LR testi (klasik modelin testi) gerçekleştirilir. Tablo 4'te araştırma modellerine ilişkin klasik modelin test sonuçları verilmiştir.

**Tablo 4.** Klasik Modelin Testi

TESTLER	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5
	Anlamlılık	Anlamlılık	Anlamlılık	Anlamlılık	Anlamlılık
İki Yönlü Modelin Geçerliliği (LR test)	0.0018	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Birim Etki (LR test)	0.0016	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Zaman Etki (LR test)	0.0669	1.0000	1.0000	0.3075	0.2549

Tablo 4'te klasik modelin testi için gerçekleştirilen LR test istatistiği sonuçları ve olasılık değerleri yer almaktadır. Araştırma modellerine ilişkin klasik modelin test sonucuna göre; iki yönlü modelin geçerliliğinin testi sonucunda olasılık değeri ( $p < 0.05$ ) elde edilmiş ve iki yönlü model geçerli çıkmıştır. Ancak test sonucunda iki yönlü model geçerli çıktığında

tahmine geçilememektedir. Ayrıca birim ve zaman etkisinin varlığı ayrı ayrı test edilmesi gerekmektedir. Birim etkiyi ve zaman etkisini test etmek için gerçekleştirilen LR testi sonucunda birim etkiye ( $p < 0.05$ ) rastlanmış, zaman etkisine ( $p > 0.05$ ) rastlanmamıştır. Dolayısıyla iki yönlü modelin uygulanması doğru değildir. Bu durumda modellerde birim etkiler olduğundan klasik model (Pooled OLS) analiz için uygun değildir.

#### 4.2. Araştırma Modellerine İlişkin Varsayımların Testleri

Araştırmada test edilen modellere ilişkin yapılan varsayımların test sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Model 1'de; Hausman testi sonucunda olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için model 1'in analizinde sabit etkiler tahmin yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir.

Değiştirilmiş Wald testi sonucunda olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğundan değişen varyans problemi olduğu sonucuna varılmaktadır. Buna göre varyans birimlere göre değişiklik göstermektedir ve heteroskedasite vardır. Ayrıca Modified Bhargava ve Durbin-Watson testi sonucu kritik değer 2'den büyük olduğundan Model 1'de otokorelasyon problemine rastlanmamaktadır. Pesaran testi olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğundan birimler arasında korelasyon olduğu sonucuna varılmaktadır. Çalışılan modelde; değişen varyans ve birimler arası korelasyon problemi ile karşılaşıldığında Driscoll-Kraay tahmincisi ile standart hatalar düzeltilir ve sonuçlar buna göre yorumlanır (Aytekin ve Sönmez, 2016:38).

Model 2 ve Model 4'te; Hausman testi sonucunda olasılık değeri 0.05'ten büyük olduğu için bu modelin analizinde tesadüfi etkiler tahmin yöntemi kullanılmaktadır. Araştırma modele ilişkin varsayım testi sonuçlarına göre; Breusch and Pagan Lagrangian testi sonucunda olasılık değerleri 0,05'ten küçük bulunmuş ve değişen varyans problemi olduğu; Modified Bhargava et al. Durbin-Watson testi sonucunda kritik değer 2'den küçük olduğundan modelde otokorelasyon problemi olduğu; Pesaran testi sonucu olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğundan birimler arasında korelasyon problemi olduğu sonucuna varılmaktadır. Analize konu olan modelde; değişen varyans, birimler arası korelasyon ve otokorelasyon problemi söz konusudur. Analizde tesadüfi etkiler modeli tercih edildiğinden, standart hataların düzeltilmesi için uygun dirençli tahminci kullanılması gerekmektedir. Araştırma modelinde değişen varyans, birimler arası korelasyon ve otokorelasyon problemi ile karşılaşıldığında Genelleştirilmiş Tahmin Eşitliği Kitle Ortalaması Modeli ile standart hatalar düzeltilir ve sonuçlar buna göre yorumlanır (Tatoğlu, 2013:200-205).

**Tablo 5.** Araştırma Modellerine İlişkin Varsayımların Testi

Test Türleri	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 5	
Model Seçimi	Hausman Test		Hausman Test		Hausman Test		Hausman Test		Hausman Test	
	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık
	13.88	0.0164	10.24	0.0688	16.13	0.0065	2.41	0.7903	4.58	0.4697
Değişen Varyans	Modified Wald Test		Breusch and Pagan		Modified Wald Test		Breusch and Pagan		Breusch and Pagan	
	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık	Test İst.	Olasılık
	3.1e+08	0.0000	1114.62	0.0000	6.3e+06	0.0000	733.96	0.0000	55.83	0.0000
Oto Korelasyon	Bhargava et al. Durbin-Watson Test		Bhargava et al. Durbin-Watson Test		Bhargava et al. Durbin-Watson Test		Bhargava et al. Durbin-Watson Test		Bhargava et al. Durbin-Watson Test	
	2.1077098		1.4823322		1.773978		1.7998085		2.1531781	
Birimler Arası Korelasyon	Pesaran's Test		Pesaran's Test		Pesaran's Test		Pesaran's Test		Pesaran's Test	
	Olasılık	0.0000	Olasılık	0.0000	Olasılık	0.3694	Olasılık	0.0000	Olasılık	0.0000

Hausman testi sonucunda olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için Model 3'ün analizinde sabit etkiler tahmin yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Değiştirilmiş Wald testi sonucunda olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğundan değişen varyans problemi olduğu; Modified Bhargava ve Durbin-Watson testi sonucu kritik değer 2'den küçük olduğundan Model 1'de otokorelasyon problemi olduğu; Pesaran testi olasılık değeri 0,05'ten büyük olduğundan birimler arasında korelasyon olmadığı sonucuna varılmıştır. Çalışılan modelde; değişen varyans ve otokorelasyon problemi ile karşılaşıldığı için Driscoll-Kraay tahmincisi ile standart hatalar düzeltilmiş ve sonuçlar buna göre yorumlanmıştır.

Model 5'e ilişkin yapılan varsayımların test sonuçların göre; Hausman testi sonucu olasılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için modelin analizinde tesadüfi etkiler tahmin yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırma modeline ilişkin varsayım testi sonuçlarına göre; Breusch and Pagan Lagrangian testi sonucu olasılık değeri 0.05'ten küçük bulunmuş ve değişen varyans problemi olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca Modified Bhargava ve Durbin-Watson testi sonucu elde edilen kritik değer 2'den büyük olduğundan modelde otokorelasyon problemine rastlanmamıştır. Pesaran testi sonucunda, olasılık değeri 0.05'ten küçük olduğu için birimler arasında korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır. Analize konu olan modellerde; değişen varyans, birimler arası korelasyon ve otokorelasyon problemi ile karşılaşılmıştır. Analizde tesadüfi etkiler modeli kullanıldığından standart hataların düzeltilebilmesi için uygun dirençli tahminci olan Genelleştirilmiş Tahmin Eşitliği Kitle Ortalaması Modeli kullanılmış ve sonuçlar buna göre yorumlanmıştır.

#### 4.3. Araştırma Modellerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırma modellerinde; değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon ile karşılaşılmıştır. Modelin 1 ve Model 3'ün analizinde, daha önceden belirtildiği üzere

Driscoll-Kraay tahmincisi; Model 2, Model 4 ve Model 5'in analizinde ise Genelleştirilmiş Tahmin Eşitliği Kitle Ortalaması Modeli kullanılmış ve elde edilen bulgular Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6.** Araştırma Modellerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	Model 1 (TBDS)	Model 2 (ADS)	Model 3 (SDS)	Model 4 (CO)	Model 5 (NDS)
YKUS	-15.51 (0.241)	-1.510 (0.195)	-2.246 (0.154)	-0.0294 (0.472)	-4.504 (0.237)
BUO	-380.2* (0.069)	-2.270 (0.878)	-47.93* (0.085)	0.326 (0.600)	221.8** (0.019)
YKKUO	-42.79 (0.343)	17.74 (0.202)	21.61 (0.142)	0.142 (0.764)	75.87 (0.302)
DKV	-46.32 (0.567)	-8.841 (0.534)	-16.91 (0.211)	-0.549* (0.082)	18.25 (0.740)
RESKV	1.472 (0.964)	1.760 (0.769)	3.917 (0.602)	0.216 (0.226)	39.43 (0.181)
_CONS	356.1* (0.075)	110.3*** (0.000)	118.2*** (0.001)	2.482*** (0.000)	-8.953 (0.932)
N	930	930	930	930	930

**TBDS:** Ticari Borç Devir Süresi, **ADS:** Alacak Devir Süresi, **CO:** Cari Oran, **SDS:** Stok Devir Süresi, **NDS:** Nakit Dönüş Süresi, **YKUS:** Yönetim Kurulu Üye Sayısı, **BUO:** Bağımsız Üye Oranı, **YKKUO:** Yönetim Kurulunda Yer Alan Kadın Üye Oranı, **DKV:** Denetim Komitesinin Varlığı, **RESKV:** Riskin Erken Saptanması Komitesinin Varlığı  
 \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Tablo 6'da görüldüğü üzere; Model 1'de kurumsal yönetim uygulamalarının ticari borç devir süresi üzerine etkisi analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; yönetim kurulundaki üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile ticari borç devir süresi arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunamamıştır. Bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında %10 anlamlılık düzeyinde negatif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre; şirketlerin bağımsız üye oranında bir artış oldukça ticari borç devir süresinde kısalma olacaktır. Bu durumda; test edilen H1a, H1c, H1d ve H1e alt hipotezleri ret, H1b alt hipotezi kabul edilmiştir.

Model 2'de kurumsal yönetim uygulamalarının alacak devir süresi üzerine etkisini ortaya koyan analiz sonuçları göre; yönetim kurulundaki üye sayısı, bağımsız üye oranı, kadın üye oranı, denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile alacak devir süresi arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunamamıştır. Bu durumda; test edilen H3a, H3b, H3c, H3d, H3e hipotezleri desteklenmemiştir.

Kurumsal yönetim uygulamalarının stok devir süresi üzerine etkisini inceleyen Model 3'e ilişkin analiz sonuçlarına göre; yönetim kurulundaki üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile stok devir süresi arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunamamıştır. Bağımsız üye oranı ile stok devir süresi

arasında %10 anlamlılık düzeyinde negatif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre şirketlerin bağımsız üye oranında yaşanan artış stok devir süresini kısaltacaktır. Analiz kapsamında test edilen H3b hipotezi desteklenmiş, H3a, H3c, H3d ve H3e hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 6'da görüldüğü üzere; Model 4'te kurumsal yönetim uygulamalarının cari oran üzerine etkisine ilişkin analiz sonuçlarına göre; yönetim kurulundaki üye sayısı, bağımsız üye oranı, kadın üye oranı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile cari oran arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunamamıştır. Denetim komitesinin varlığı ile cari oran arasında %10 anlamlılık düzeyinde negatif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre şirketlerde denetim komitesinin var olması cari oranda azalışa neden olacaktır. Buna göre; test edilen H4a, H4b, H4c, H4d, H4e hipotezleri ret edilmiştir.

Kurumsal yönetim uygulamalarının nakit dönüş süresi üzerine etkisini inceleyen Model 5'e ilişkin analiz sonucunda; yönetim kurulundaki üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesinin varlığı ve riskin erken saptanması komitesinin varlığı ile nakit dönüş süresi arasında istatistiksel anlamda ilişki bulunamamıştır. Bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre şirketlerin bağımsız üye oranında bir artış nakit dönüş süresinde artışa neden olacaktır. Bu kapsamda test edilen H5a, H5b, H5c, H5d ve H5e hipotezleri ret edilmiştir.

## **5. SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bu çalışmada kurumsal yönetim uygulamaları ile ticari borç devir süresi arasındaki ilişkilerin analizi sonucunda; yönetim kurulu üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile ticari borç devir süresi arasında ilişki olmadığı, bağımsız üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında ise negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani şirketlerin bağımsız üye oranında yaşanan artış ticari borç devir süresini kısaltacaktır. Elde edilen bu sonuç literatür tarafından desteklenmiştir. Örneğin; Fiador (2016), bağımsız üye oranı ticari borç devir süresi arasında negatif ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu sonuç, bağımsız üyelerin ticari borçlara ilişkin alınan kararlarda etkili olabildiklerini göstermiştir. Literatürde yönetim kurulu üye sayısı ve denetim komitesi ile ticari borç devir süresi arasındaki ilişkinin varlığına dair birçok kanıt olmasına rağmen bu araştırmada tespit edilmemiştir. Bu sonuç; alınan kararlarda şirket sahiplerinin, yönetim kurulu üye sayısından daha etkili olmasından veya araştırma kapsamındaki verilerden kaynaklanıyor olabilir. Fakat elde edilen bu sonuçlar literatürde bazı çalışmalar tarafından da desteklenmektedir. Örneğin; yönetim kurulu üye sayısı ile ticari borç devir süresi arasında Gill ve Biger (2013) ve Njoroge

(2018); ticari borç devir süresi ile denetim komitesi arasında Achchuthan ve Kajananthan (2013), Gill vd. (2015), Ali ve Shah (2017) ve Njoroge (2018) ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Diğer taraftan kadın üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında ilişki beklenirken analiz sonucunda elde edilememiştir. Araştırmada bu değişkenler arasında ilişki olması beklenirken çıkmamasının nedeni; şirketin yönetim kurulunda tebliğde belirtilen oranda kadın üyeye yer verilmediğinden ya da kadınların verilen kararlarda etkili olamamasından veya araştırma verilerinden kaynaklanıyor olabilir. Ancak bu sonuç literatür tarafından da desteklenmektedir. Örneğin Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017) kadın üye oranı ile ticari borç devir süresi arasında bir ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Bu çalışmada riskin erken saptanması komitesi ile ticari borç devir süresi arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Araştırmada bu değişkenler arasında ilişki olması beklenirken çıkmamasının nedeni; şirketin sahibinin alınan kararlarda bu kuruldan daha etkili olmasından veya araştırma verilerinden kaynaklanıyor olabilir. Zaten literatürde bu konuda yapılmış henüz bir çalışma bulunmamaktadır.

Araştırma kapsamında analiz edilen kurumsal yönetim uygulamaları unsurlarına ait değişkenler ile alacak devir süresi arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuç; kurumsal yönetim unsurları ile alacak devir süresi arasında ilişkiye dair beklenmeyen bir durumdur. Fakat bu sonuçların varlığını kanıtlayan çalışmalar literatürde mevcuttur. Örneğin yönetim kurulu üye sayısı ile alacak devir süresi arasında ilişki olmadığını; Njoroge (2018), Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), Fiador (2016), Gill vd. (2015) ve Sathyamoorthi vd. (2018); Achchuthan ve Kajananthan (2013) ve Njoroge (2018); Achchuthan ve Kajananthan (2013) ve Njoroge (2018), bağımsız üye oranı ile alacak devir süresi arasında ilişki olmadığını; Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017) kadın üye oranı ile alacak devir süresi arasında bir ilişki olmadığını; Achchuthan ve Kajananthan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajananthan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015), denetim komitesi ile alacak devir süresi arasında ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Bu sonuçların nedeni; kararlarda şirket sahiplerinin alınan kararlarda etkili olmasından, şirket yöneticilerinin alacakların tahsili konusunda doğru karar verdiklerinden, bağımsız üyelerin verdiği tavsiyelerin etkili olmamasından veya araştırma kapsamındaki verilerden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca çalışmada riskin erken saptanması komitesi ile alacak devir süresi arasında da herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Çalışmada kurumsal yönetim uygulamaları ile stok devir süresi arasındaki ilişkilerin analizi sonucunda; yönetim kurulu üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin

erken saptanması komitesi ile stok devir devir süresi arasında ilişki olmadığı, bağımsız üye oranı ile stok devir süresi arasında ise negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada bağımsız üye oranı ile stok devir süresi arasında ilişkinin varlığı beklenen bir durumdur. Yani şirketlerin bağımsız üye oranı arttıkça stok devir süreleri kısılacaktır. Literatürde de Chaudhry ve Ahmad (2015) tarafından bulunan sonuçları desteklemektedir. Aynı şekilde kadın üye oranı ile stok devir süresi arasında ilişki bulunmaması beklenen bir sonuç olmayıp literatür tarafından da desteklenmektedir. Örneğin Sathyamoorthi vd. (2018) ve Ali ve Shah (2017) kadın üye oranı ile stok devir süresi arasında bir ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Diğer taraftan çalışmada yönetim kurulu üye sayısı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesinin, stok devir süresine etki etmediği tespit edilmiştir. Bu sonuç beklenmeyen bir durum olmakla birlikte literatürde benzer sonuçlar mevcuttur. Örneğin; Gill ve Biger (2013) ve Faradonbeh ve Dolatabadi (2015), yönetim kurulu üye sayısı ile stok devir süresi arasında ilişki olmadığına; Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015) denetim komitesi ile stok devir süresi arasında ilişki olmadığına dair kanıtlardır.

Araştırma kapsamında kurumsal yönetim uygulamaları ile cari oran arasındaki ilişkinin analizi sonucunda; yönetim kurulu üye sayısı ile cari oran arasında ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Yani araştırma kapsamında yönetim kurulu üye sayısının az veya çok olmasının cari oran üzerinde bir etkisi yoktur. Literatür ise yönetim kurulu üye sayısı ile cari oran arasında ilişki olduğuna dair kanıtlar bulunmaktadır. Örneğin; Ahmad vd. (2018), pozitif ilişkinin olduğunu; Gill ve Biger (2013) ve Sathyamoorthi vd. (2018) ise negatif ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonucun literatür tarafından desteklenmemesinin nedeni; araştırma kapsamındaki verilerden veya şirket sahiplerinin ya da yöneticilerin dönen varlık/kısa vadeli kaynak oranının belirlenmesinde etkili olmasından olabilir. Aynı şekilde araştırmada bağımsız üye oranı, kadın üye oranı ve riskin erken saptanması komitesi ile cari oran arasında da bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Yani, araştırma kapsamında bu değişkenlerin cari oran üzerinde bir etkisi yoktur. Literatürde bu sonuçlara ilişkin kanıtlar bulunmaktadır. Örneğin; Achchuthan ve Kajanathan (2013), bağımsız üye oranı ile cari oran arasında ilişki olmadığını, Sathyamoorthi vd. (2018) ile Ali ve Shah (2017), kadın üye oranı ile cari oran arasında ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Bu sonucun nedeni; şirket sahiplerinin dönen varlık ve kısa vadeli borç dengesine ilişkin verdikleri kararların etkili olmasından, bağımsız üyelerin verdiği tavsiyelerin etkili olmamasından veya araştırma verilerden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca araştırma kapsamında denetim komitesi ile cari oran arasında



negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürde birçok çalışmada ilişki olmadığına dair kanıtlar olmakla birlikte Ahmad vd. (2018) ise pozitif ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Bu araştırmada negatif ilişki bulunması ilginçtir. Çünkü bu sonuca göre; şirketlerde denetim komitesinin var olması cari oranda azalışa neden olması anlamına gelmektedir. Bunun nedeni; denetim komitesinin cari oranla ilgili alınacak kararlarda etkin bir rol oynayamadığından, başka faktörlerin varlığından veya araştırma verilerinden kaynaklanıyor olabilir.

Bu çalışmada son olarak kurumsal yönetim uygulamaları ile nakit dönüş süresi arasındaki ilişkiler incelenmiş ve yapılan analizler sonucunda; yönetim kurulu üye sayısı, kadın üye oranı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığı, bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ise pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ilişkinin varlığı negatif bir beklenti olmasına karşın pozitif bir sonuç çıkmıştır. Literatürde; Fiador (2016) ve Chaudhry ve Ahmad (2015), bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında negatif ilişki olduğunu; diğer taraftan Achchuthan ve Kajanathan (2013) ve Jamalinesari ve Soheili (2015) ise bağımsız üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığını belirtmektedir. Çalışmada elde edilen sonucuna göre; şirketlerin bağımsız üye oranı arttıkça, nakit dönüş süreleri de artmaktadır. Bu istenmeyen bir durum olup bu sonucun nedeni, araştırma kapsamındaki verilerden kaynaklanıyor olabilir. Çalışmada kadın üye oranı ile nakit dönüş süresi arasında ilişkinin varlığı beklenmeyen bir sonuç olup literatür tarafından da desteklenmektedir. Örneğin; Sathyamoorthi vd. (2018) ile Ali ve Shah (2017), kadın üye oranı ile cari oran arasında bir ilişki olmadığını kanıtlamışlardır. Dolayısıyla kadın üye oranının az veya çok olması nakit dönüş süresine herhangi bir etki etmemektedir. Aynı şekilde çalışmada yönetim kurulu üye sayısı, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi ile nakit dönüş süresi arasında da herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Bu ilişkiler literatür tarafından da desteklenmektedir. Literatürde; Kajanathan ve Achchuthan (2013) ve Fiador (2016), yönetim kurulu üye sayısı ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığını; Achchuthan ve Kajanathan (2013), Gill ve Biger (2013), Kajanathan ve Achchuthan (2013), Ali ve Shah (2017), Njoroge (2018) ve Gill vd. (2015), denetim komitesi ile nakit dönüş süresi arasında ilişki olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar şirket sahiplerinin alınan kararlarda yönetim kurulu üyelerinden daha etkin olmasından, denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitelerinin etkin olmamasından veya araştırma kapsamındaki verilerden kaynaklanıyor olabilir.

Bu çalışma sonuçlarına göre şirketlerdeki kurumsal yönetim uygulamalarının çalışma sermayesi yönetimi üzerine çok fazla etki etmediği görülmektedir. Araştırma kapsamındaki sonuçlara göre Türkiye’de faaliyet gösteren şirketlerin çoğunluğunun aile şirketleri olmasından dolayı kurumsal yönetim yapısının tam anlamıyla geliştirilemediği ya da şirketlerin kurumsal yönetim yapılarını sadece tebliğler tarafından emredildiği için düzenlendiğini ayrıca şirketlerin aile şirketi özelliğine sahip olduklarından ve sermayenin çoğunluğunu temsil ettiklerinden alınan kararlarda çok fazla etkili oldukları söylenebilir. Bu durum çalışma sermayesi politikalarına ilişkin alınan kararlarda araştırma kapsamındaki şirketlerin verimli olmadığını göstermektedir. Bu çalışma sonuçları araştırma kapsamındaki şirketlerin kurumsal yönetim yapılarının güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Çünkü her örgütte olduğu gibi şirketlerde de ortak akıl ile alınan kararlar etkinliği artıracak ve şirket varlıklarının daha verimli yönetilmesine imkan sağlayacaktır. Sonraki çalışmalar zaman ve sektörel farklılıklara göre ve yeni değişkenler eklenerek farklı analiz yöntemleri ile çeşitlendirilebilir.

## KAYNAKLAR

- Achchuthan, S. and Kajananthan, R. (2013), Corporate Governance Practices and Working Capital Management Efficiency: Special Reference to Listed Manufacturing Companies in Srilanka. *International Journal of Business and Management Review*, 1(1), 72-85.
- Ahmad, B., Ahmed I. and Samim, M. M. (2018), Working Capital Management Efficiency and Corporate Governance in Manufacturing Sector of Pakistan. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 7(1), 67-86.
- Ali, B. and Shah, S. (2017), The Impact of Corporate Governance on Working Capital Management Efficiency: A Quantitative Study Based on Pakistani Manufacturing Firms. *City University Research Journal*, 7(2), 272-284.
- Al-Rahahleh, A. S. (2016), Corporate Governance Quality and Cash Conversion Cycle: Evidence from Jordan. *International Business Research*, 9(10), 140-150.
- Ararat, M., Black, B. S. and Yurtoğlu, B. (2017), The Effect of Corporate Governance on Firm Value and Profitability: Time Series Evidence from Turkey, *Emerging Markets Review*, 30, 113-132.
- Ararat, M. ve Eroğlu, M. (2017), Yönetişim (Kurumsal Yönetim) Kalitesi Açısından İcra ve Kontrol İşlevlerinin Ayrılığı ve Türkiye'deki Geleneksel Yapılanmaların Şirket Performansına Muhtemel Etkisi. *Kadir Has Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), 105-122.
- Arıkboğa, F. Ş. ve Menteş A. (2009), Türkiye'de Kurumsal Yönetişim İklimi. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 59(2), 85-120.
- Aytekin, M. ve Sönmez, A. R. (2016), Kurumsal Yönetim Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 32-41.
- Brigham, E. F. and Houston, J. F. (2007), *Fundamentals of Financial Management*. USA: Thomson South – Western.
- Faradonbeh, H. A. and Dolatabadi, H. R. (2015), The Impact of Corporate Governance on The Current Assets Management of the Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 5(1), 1742-1751.
- Fiador, V. (2016), Does Corporate Governance Influence The Efficiency of Working Capital Management of Listed Firms: Evidence from Ghana. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(4), 482-496.
- Francoeur, C., Labelle, R. ve Desgagne, S. B. (2008), Gender Diversity in Corporate Governance and Top Management, *Journal of Business Ethics*, 81, 83-95.
- Gill, A. S. and Biger N. (2013), The Impact of Corporate Governance on Working Capital Management Efficiency of American Manufacturing Firms. *Managerial Finance*, 39(2), 116-132.
- Gill, A., Biger, N. and Obradovich, J. (2015), The Impact of Independent Directors on the Cash Conversion Cycle of American Manufacturing Firms. *International Journal of Economics and Finance*, 7(1), 87-96.
- İlhan Nas, T., Tan Şahin, K. ve Okan, T. (2013), Kurumsal Yönetim ve Çokuluslu İşletmelerin Strateji Tercihleri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(4), 210-228.
- İşcan, Ö. F., ve Kaygım, E. (2009), Kurumsal Yönetişim Sürecinin Gelişimi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 213-224.
- Jamalinesari, S. and Soheili, H. (2015), The Relationship Between the Efficiency of Working Capital Management Companies and Corporate Rule in Tehran Stock Exchange. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 205, 499-504.
- Kajananthan, R. and Achchuthan, S. (2013), Corporate Governance Practices and Its Impact on Working Capital Management: Evidence from Sri Lanka. *International Journal of Finance and Accounting*, 4(3), 23-31.

Kamau, S. M. and Basweti, K. A. (2013), The Relationship Between Corporate Governance and Working Capital Management Efficiency of Firms Listed at The Nairobi Securities Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(19), 190-199.

Kang, H., Cheng, M. ve Gray, S. J. (2007), Corporate Governance and Board Composition: Diversity and Independence of Australian Boards. *Corporate Governance: An International Journal*, 15(2), 194-207.

Karoğlu, E. (2016), Vekalet Kuramı Perspektifinden Yönetim Kurulu Kompozisyonunun Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: BİST İmalat Sektörü Örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 65-77.

Mishra, S. and Mukherjee, T. (2018), Corporate Governance and Efficacy in Working Capital Management: A Study. *Account and Financial Management Journal*, 3(9), 1732-1738.

Muth, M. M. ve Donaldson, L. (1998), Stewardship Theory and Board Structure: A Contingency Approach. *Corporate Governance: An International Review*, 6(1), 5-28.

Njoroge, J. N. (2018), The Effect of Corporate Governance on Working Capital Management for Firms Listed at The Nairobi Securities Exchange. *International Journal of Business Management and Processes*, 2(1), 1-14.

Ocak, M. (2013), Yönetim Kurulu ve Üst Yönetimde Yer Alan Kadınların Finansal Performansa Etkisi: Türkiye'ye İlişkin Bulgular, *Muhasebe Finansman Dergisi*, 60, 107-125.

Sathyamoorthi, C. R., Christian, J. M., Mogotsinyana, M. and Selinkie, P. (2018), The Impact of Corporate Governance on Working Capital Management Efficiency: Evidence from the Listed Companies in the Consumer Services Sector in Botswana. *International Journal of Economics and Finance*, 10(12), 135-149.

Selekler Gökşen, N. ve Karataş, A. (2008), Board Structure and Performance in An Emerging Economy: Turkey. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 4(2), 132-147.

Tatoğlu, F. (2013), Panel Veri Ekonometrisi. İstanbul: Beta Yayınevi.

Üsdiken, B. ve Yıldırım Öktem, Ö. (2008), Kurumsal Ortamda Değişim ve Büyük Aile Holdingleri Bünyesindeki Şirketlerin Yönetim Kurullarında İcrada Görevli Olmayan ve Bağımsız Üyeler. *Amme İdaresi Dergisi*, 41(1), 43-71.

Yıldırım Öktem, Ö. ve Üsdiken, B. (2010), Contingencies versus External Pressure: Professionalization in Boards of Firms Affiliated to Family Business Groups in Late-Industrializing Countries. *British Journal of Management*, 21, 115-130.

Young, M. N., Peng, M. W., Ahlstrom, D., Bruton, G. D. ve Jiang, Y. (2008), Corporate Governance in Emerging Economies: A Review of the Principal-Principal Perspective. *Journal of Management Studies*, 45(1), 196-220.

Zheka V. (2005), Corporate Governance, Ownership Structure and Corporate Efficiency: The Case of Ukraine. *Managerial and Decision Economics*, 26, 451-460.

**Citation:** Ardiç, M. (2019), Çay İşletmeleri Kurumunun (ÇAYKUR) Finansal Performansının Dupont Finansal Analiz Sistemi Kullanılarak İncelenmesi, BMIJ, (2019), 7(1): 352-372 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1072>

## ÇAY İŞLETMELERİ KURUMUNUN (ÇAYKUR) FİNANSAL PERFORMANSININ DUPONT FİNANSAL ANALİZ SİSTEMİ KULLANILARAK İNCELENMESİ

Muhammed ARDIÇ<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 30/01/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 15/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmanın temel amacı Türk çay sektörünün en önemli aktörlerinden olan ÇAYKUR'un finansal performansının DuPont Analiz Tekniği ile analiz edilmesi ve ölçek temelinde finansal performans açısından farklılık olup olmadığının belirlenmesidir. Bu kapsamda bağımsız denetimden geçmiş finansal durum tabloları ve kapsamlı gelir tabloları yardımıyla ÇAYKUR'un 2015, 2016 ve 2017 yıllarına ait finansal performansı ölçek temelinde DuPont analiz tekniği ile incelenmiştir. Analiz neticesinde ÇAYKUR'da aktif devir hızı, ROS, ROA ve ROE gibi değerlerle ölçülen finansal performansın 2015 yılında kısmen başarılı 2016 ve özellikle 2017 yılında ise önceki yıllara oranla ciddi bir şekilde azaldığı ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak analizi kapsayan yıllar itibariyle ÇAYKUR'un finansal performansının başarılı olmadığı tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** DuPont Analiz Sistemi, Öz Kaynak Kârlılığı, Aktif Kârlılığı, Net Kâr Marjı, ÇAYKUR  
**JEL Kodları:** M11, M15, M40

## INVESTIGATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF THE ÇAYKUR BY USING DUPONT ANALYSIS

### ABSTRACT

*The main purpose of this study is to analyze the financial performance of Çaykur, which is the most important actor of the Tea Sector, by using DuPont Analysis Technique and to determine whether there is a difference in terms of financial performance on the basis of scale. In this context, with the help of the audited financial statements and profit or loss and other comprehensive income statements, the financial performance of ÇAYKUR for the years 2015, 2016 and 2017 was analyzed on a scale-based basis by DuPont analysis technique. As a result of the analysis, it was observed that the financial performance measured by values such as active turnover rate, ROS, ROA and ROE decreased significantly in 2015 compared to the previous years in 2016 and especially As a result, it was determined that the financial performance of ÇAYKUR was not successful by years.*

**Keywords:** DuPont Analysis System, Return on Equity, Return on Assets, Net Profit Margin, ÇAYKUR

**JEL Codes:** M11, M15, M40

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, [ardic@artvin.edu.tr](mailto:ardic@artvin.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0001-8408-291X>

## 1. GİRİŞ

İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, mali planlarını gerçekçi bir şekilde yapabilmelerine, mali yapılarını güçlü bir şekilde korumalarına ve sürekli kontrol altında tutmalarına bağlıdır. Etkin bir mali planlamanın ve bu bağlamda başarılı bir varlık ve kaynak yönetiminin gerçekleştirilebilmesi ve yatırım kararlarının rasyonel alınabilmesi için öncelikle finansal bilgi sisteminin düzgün çalışması ve finansal bilgi sistemi içerisinde toplanan bilgiler üzerinde analitik teknikler kullanılarak mali analizin yapılması gerekmektedir. Bu anlamda mali analiz konusu; mali planlama, fon ihtiyacının belirlenmesi ve sağlanması, varlık yönetimi, denetim ve özel mali sorunların çözümü açısından büyük önem arz etmektedir.

İşletme yönetimi açısından nihai amaç işletme değerinin maksimum yapılmasıdır ve işletme değerinin belirlenmesi de aynı zamanda oldukça güç ve sübjektiftir. Bu nedenle işletmelerin finansal performansları değerlendirilirken kârlılık oranları kullanılır (Elmas, 2017). Hem hissedarlar hem de borç verenler, bir işletmenin finansal performansına aktif kârlılığı, öz sermaye kârlılığı ve satış kârlılığı oranlarına bakarak karar verirler. Söz konusu bu oranlar işletmelerin yatırımları üzerinden finansal performanslarını gösterme noktasında sıklıkla kullanılan oranlardır (Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B., 2008). Söz konusu oranlar birbirleriyle çok yakın ilişki içerisinde bulunan oranlardır. Bu bağlamda yöneticilerin işletme ile ilgili verecekleri kararlar işletmenin kârlılığını ve risk derecesini etkileyerek işletmenin kârlılık ve risk düzeyi noktasında piyasa değerini de ortaya koymaktadır (Akgüç 1998; Arnold, 1998). Bu yüzden işletmelerin yatırımları üzerinden kârlılığını etkileyen unsurların analizi ilk defa DuPont işletmesi tarafından geliştirilen ve literatüre DuPont Analiz Sistemi olarak geçen bir yöntemle gerçekleştirilebilmektedir. Bu analiz, işletmelere yatırımları üzerinden kârlılıklarını artırabilmeleri için ne gibi önlemler alınması noktasında başarı denetimi yapmalarına yardımcı olmaktadır (Çabuk & Lazol, 2011).

Türk çay piyasası farklı hukuki niteliklere sahip çok sayıda işletmeyi bir araya getirmektedir. Türk çay piyasası, Devlet Zirai İşletmeleri Kurumu, Tarım Bakanlığı ve yaygın tekel kuruluşlar tarafından yürütülmektedir. 1971’de yürürlüğe konulan Çay Kurumu Kanunu, 1973’ten beri “ÇAYKUR” diye adlandırılan çay kurumunun oluşumuna imkân sağlamıştır. 1984’e kadar, çayın gelişimiyle ilgili tüm zirai politikalar ve faaliyetler tekel olarak ÇAYKUR tarafından yönetilmiştir. Ancak 1988’de, Çay Kanunu tekel dönemi sonlandırmıştır. Bu açıdan 1988 yılı çay sektörü açısından dönüm noktasıdır. Düzenlemeden önce çay piyasası tek bir kuruluşun egemen olduğu tipik bir monopol piyasasıydı.

Günümüzde ise ÇAYKUR, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın sorumluluğundadır (Mendi, 2018).

Çay İşletmeleri Kurumu (ÇAYKUR) Türkiye çay sektörünün en büyük ve lider kuruluşu olup, verimlilik esasına dayalı işletme politikasıyla sermaye birikimine yardım ederek yatırım kaynağı yaratmak amacıyla merkezi Rize'de olmak üzere teşkil edilmiştir. Bünyesinde, 45 Yaş Çay İşleme Fabrikası, 1 Çay Paketleme Fabrikası, 2 Pazarlama ve Üretim Bölge Müdürlüğü, 7 Pazarlama Bölge Müdürlüğü, Anatamir Fabrikası, Atatürk Çay ve Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü bulunmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesinde üretilen yaş çay ürününün yaklaşık %55 - 60'ı ÇAYKUR tarafından satın alınmaktadır. Türkiye kuru çay piyasasındaki pazar payı yaklaşık %60 - 65 'dir (ÇAYKUR Bağımsız Denetim Raporu, 2017).

Kamu iktisadi teşekküllerinde olduğu gibi, 8/6/1984 tarih ve 233 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine tabi, tüzel kişiliğe sahip, faaliyetlerinde özerk ve sorumluluğu sermayesi ile sınırlı bir İktisadi Devlet Teşekkülü olan ÇAYKUR'unda kaynaklarının verimli ve etkin kullanılmasına ilişkin sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların ortadan kaldırılması amacıyla işletmelerin belirledikleri amaçlara ve hedeflere ulaşma durumlarının ölçülmesi gerekmektedir. Bu bağlamda ÇAYKUR'da özel sektör işletmelerinde olduğu gibi mali analizlerinin yapılmasına ihtiyaç vardır.

Bu çalışmanın temel amacı ÇAYKUR'un bağımsız denetimden geçmiş finansal tabloları yardımıyla 2015, 2016 ve 2017 yıllarına ait finansal performansının DuPont analiz sistemi ile incelenmesi ve elde edilen sonuçlara bağlı olarak ÇAYKUR'un finansal performansına yönelik öneriler sunulmasıdır. Çalışmada öncelikle Dupont analiz sistemi hakkında genel bilgiler verilmektedir. Daha sonra araştırmada kullanılan veriler ışığında elde edilen sonuçlar bulgular başlığı altında sunulmakta ve yorumlanmaktadır. Sonuç kısmında ise araştırmadan elde edilen sonuçlar üzerinden öneriler geliştirilmiştir.

## **2. LİTERATÜR**

Bu alanda yapılan çalışmalarda DuPont finansal analiz sisteminde kullanılan öz kaynak kârlılığı, net kâr marjı ve aktif kârlılığı hesaplanarak veya bu hesaplamalarda bazı değişiklikler yapılarak işletmelerde finansal performansın ölçülmesinde nasıl kullanılacağı belirlenmiştir (Liesz, 2002; Liesz ve Maranville, 2008). Perakendecilik alanında (Little, P. L., Mortimer, J. W., Keene, M. A. & Henderson, L. R., 2011) tarafından yapılan çalışmada,

perakende firmalarının finansal performansını karşılaştırılmış ve perakende şirketlerinin (net işletme varlıklarının getirisine dayanarak) maliyet lideri stratejisi kullananlara göre daha iyi performans gösterdiği ortaya konulmuştur. Ürdün Arap ticaret bankasının 2000-2009 dönemi finansal performansını DuPont finansal analiz sistemini kullanarak ölçmek amacı ile yapılan çalışmada (Almazari, 2012), analize konu olan yıllar itibariyle söz konusu bankanın finansal performansının göreceli olarak sabit olduğu, finansal kaldıracının azaldığı ve söz konusu bankanın varlıklarını finanse etmek için daha az borç kullandığı ortaya çıkmıştır. Tıbbi ilaç sektöründe faaliyette bulunan üç şirketin finansal performansının ölçüldüğü (Sheela & Karthikeyan, 2012) tarafından çalışmada ise ROE değerinin firmaların kârlılığını belirleyen en kapsamlı ölçü olduğu ve işletme ve yatırım kararlarının alınmasında dikkate alınması gerektiği ifade edilerek ilgili sektörlerle yönelik öneriler getirilmiştir (Koşan & Karadeniz, 2014).

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde genellikle çalışma konusu olan ÇAYKUR'un faaliyette bulunduğu sektöre yönelik çalışmaların çok fazla yapılmadığı görülmektedir. ÇAYKUR'a yönelik olarak yapılan en yakın çalışma (Enginyurt, 2006) tarafından yapılmış ve bu çalışmada finansal analiz teknikleri olan yatay analiz, dikey analiz, oran analizi ve trend analizleri daha ayrıntılı olmak üzere DuPont analizi de kullanılmıştır. Söz konusu çalışmanın DuPont analizi sonucunda Öz kaynak kârlılık (ROE) oranının 2003 yılında % - 31 iken, 2004 yılında yüzde % 6'ya çıktığı ve 2005 yılında ise bu değer %11,3 olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca ÇAYKUR'a yönelik olarak bulanık veri analiz yöntemleri ile etkinlik analizi yapılan diğer bir çalışmada ise (Çakır, 2016), girdi-çıkıtı değişkenlerinin ve örneklem sayısının sınırlılığı doğrultusunda elde edilen sonuçların Türk çay sektörünün genel durumunu yansıtmadığını fakat çalışmanın yönetsel açıdan sektördeki karar vericilere yol gösterici bilgiler sunabileceği ifade edilmiştir. ÇAYKUR'un finansal analizi ve çay satışlarının piyasayla etkileşimi araştırıldığı çalışmada ise (Mendi, 2018), çay sektöründe faaliyet gösteren firmaların piyasadaki payı incelenerek piyasadaki rekabet ölçülmüştür. Bu çalışmada ÇAYKUR'un kârlılık düzeyinin düşük hatta çoğu yılda negatif olduğu, kuruluşun genellikle kısa vadeli bir finansman yapısını tercih ettiği fakat borç kullanım oranı artmakla birlikte varlıklarında büyüme ve likidite oranlarının da istenen düzeylerde olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca çalışmada kârlılık değerlerinin negatif olmasının da ÇAYKUR'un bir kamu kuruluşu olmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir.



### **3. YÖNTEM**

Bu çalışmada, ÇAYKUR Genel Müdürlüğü'nün bağımsız denetimden geçmiş 2015,2016 ve 2017 yıllarına ait finansal tablolarından yararlanılmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda faaliyet raporlarında yer alan finansal durum tabloları ve kapsamlı gelir tabloları aracılığıyla ÇAYKUR Genel Müdürlüğü'nün finansal performansı DuPont finansal analiz sistemi ile incelenmiştir. Bu bağlamda ÇAYKUR'un; toplam net satışları, net kârları, aktif toplamları ve öz kaynak toplamları kullanılarak yine söz konusu işletmenin aktif devir hızı, net kâr marjı/satış karlılığı (ROS), aktif kârlılığı (ROA), öz kaynak kârlılığı (ROE) ve öz kaynak çarpanı (finansal kaldıraç) değerleri yıllar itibariyle hesaplanmış ve DuPont finansal analiz sistemiyle aktif kârlılığı ile öz kaynak kârlılığı, geliştirilen şemalarla açıklanarak yorumlanmıştır.

DuPont finansal analiz sistemi, 1918 yılında Du-Pont de Nemours & Co'nun oranlarına dayanılarak geliştirilmiş ve yatırımların kârlılığının artırılması noktasında neler yapılabileceğini ortaya koyan bir yöntemdir (Almarazi, 2012; Berk, 2010). DuPont işletmesi ilk defa işletmelerin aktif üzerinden kârlılığını etkileyen unsurların analizinden hareketle bu analizi uyguladığından dolayı DuPont finansal analiz sistemi olarak isimlendirilmektedir (Moyer, C. R., McGuigan, J. R., & Rao, R. P., 2007).

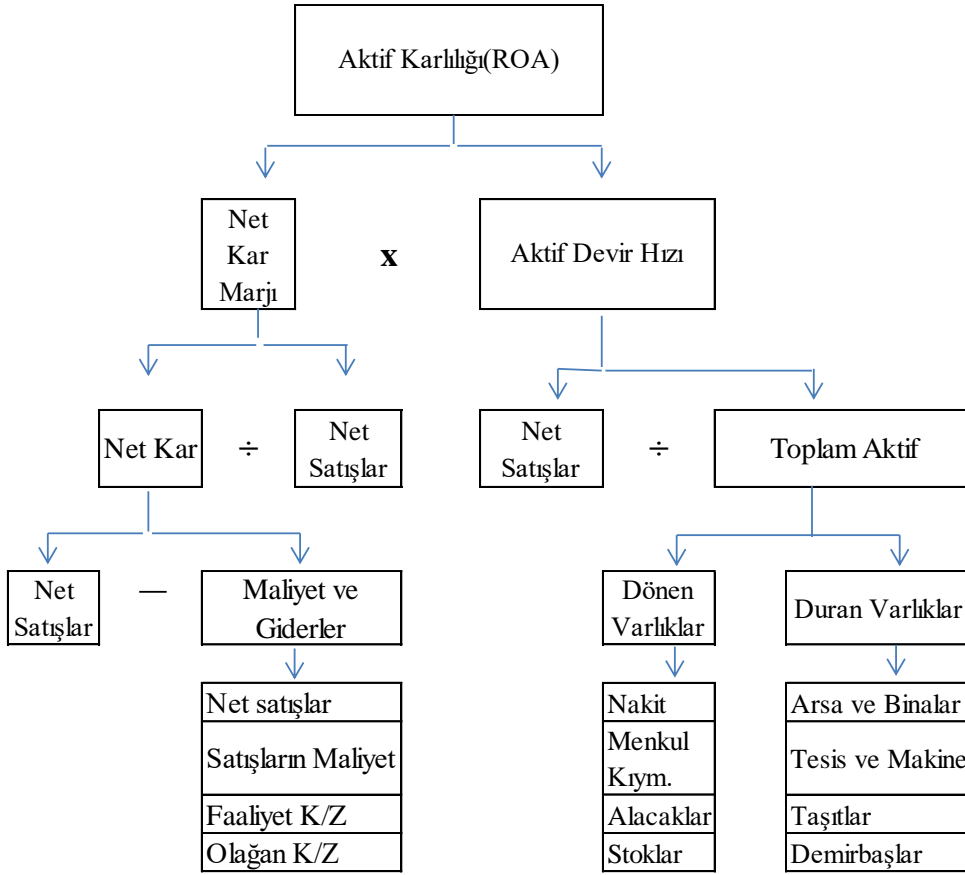
DuPont finansal analiz sistemi, hem bir işletmenin finansal performansına etki eden unsurların belirlenmesinde hem de işletme faaliyetlerinin denetiminde ROA, ROE ve ROS arasında ilişki kurmak suretiyle işletmelerin kârlılığını en fazla etkileyen faktörü ya da en az etkileyen faktörleri bulmak amacıyla kullanılmaktadır. Böylelikle işletmelerin finansal performansının ölçümüne katkı sağlayan önemli bilgiler elde edilebilmektedir. Daha çok büyük işletmelerin performans değerlemesinde kullanımı pratik olan bu sistem, üst yöneticilerin ayrı bir birim olarak işletmeye katkılarının ödüllendirilmesi, etkin olmayan faaliyetlerdeki başarının artırılması için gereken önlemlerin alınması ve başarısız faaliyetlerinde ya başarılı hale getirilmesi ya da ortadan kaldırılmasını sağlar. Duran varlıklara büyük yatırım yapan ve aktif devir hızı düşük olan iş kollarında aktif toplamının kârlılığı belirli bir düzeyde tutmak için kâr marjı arttırılmalıdır. Diğer şekilde düşük kâr marjları aktif devir hızının yüksek olduğu iş kollarında yeterli görülmektedir. Bu anlamda DuPont finansal analiz sistemi, işletmelere stratejik yönetsel kararların alınmasına ve alınan kararların denetlenmesine yardımcı olmaktadır (Koşan & Karadeniz, 2014).

DuPont finansal analiz sistemi, işletmelerin finansal olarak yatırım performansını temel ölçüt (aktif kârlılığı ve öz kaynak kârlılığı) ve bir de yan ölçüt (satış kârlılığı) olmak üzere iki konuda ele almakta ve bu ölçütleri unsurlarına ayırarak yatırım kârlılığının performans analizini yapmaktadır (Aydın, N., Başar, M. & Coşkun, M., 2010).

DuPont finansal analiz sistemi öncelikle aktif devir hızı (net satışlar / aktif toplamı) ile satışlar üzerinden net kâr marjını (net kâr / net satışlar) bir araya getirerek söz konusu oranların bir işletmenin kârlılığını nasıl etkilediğini tespit etmektedir. Bu anlamda ilk bakılan husus, işletmenin kârlılık durumu ve yatırım kârlılığını da ortaya koyan aktif kârlılığıdır (net kâr / aktif toplamı) (Bakır & Şahin, 2009; Çetiner, 2002). DuPont finansal analiz sisteminde aktif kârlılığı aşağıdaki gibi hesaplanır (Aydın vd., 2010);

$$\frac{\text{Net Kâr}}{\text{Aktif Toplamı}} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Aktif Toplamı}} + \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}$$

Aktif kârlılığı formülü ile aktiflerin işletmede hangi ölçüde kârlı kullanıldığı ve toplam satışları üzerinden işletmenin ne kadar kazandığı hesaplanabilir (Aydın vd., 2010). Eşitlikte net satışlar sadeleştirilirse aktif kârlılığına ulaşılır. Bu oranın düşük çıkması, varlıkların gereğinden fazla olması veya kârın yeterli olmaması anlamına gelmektedir (Çetiner, 2002). Aktif kârlılığı ile ilgili DuPont analiz şeması Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. DuPont Şeması (Aktif Kârlılığı )

Kaynak: Berk (2012); Çabuk & Lazol (2011).

Şekil 1 incelendiğinde bir işletmenin aktif kârlılık oranını yükseltebilmesi için satışları üzerinden net kâr marjını arttırması veya aktif devir hızını yükseltmesi ya da bu iki unsuru ortak sonuçları olumlu olacak şekilde değiştirmesi gerektiği görülmektedir (Akgüç, 2011). İşletmelerin satışlarının kârlılığını gösteren oran Net kâr marjıdır. Bu oranın yüksek çıkması işletmeler açısından olumludur (Çetiner, 2002). Bu oranı yükseltebilmek için maliyet ve giderleri satışlara oranla azaltmak gerekir. Net satışların arttırılması ise doğru ürün karması ve doğru fiyatlama ile brüt satışların arttırılmasına ve minimum iade ve satış indirimi uygulanmasına bağlıdır. Diğer yandan aktif devir hızının yükseltilebilmesi için net satışların aktif toplamından daha fazla oranda artması veya daha düşük oranda azalması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle yapılan aktif yatırımının dönen ve duran varlıklar yönüyle dengelenmesi ve atıl varlık bulunmaması gerekmektedir (Çabuk & Lazol, 2011).

DuPont finansal analiz sisteminde oranlar arasındaki ilişkilerden hareketle öz kaynak kârlılık analizi de gerçekleştirilebilmektedir. Öz kaynak kârlılık analizi yapılırken, net kâr marjı (net kâr / net satışlar), aktif devir hızı (net satışlar / aktif toplamı) ve öz kaynak çarpanı (aktif toplamı / öz kaynak toplamı) olmak üzere üç değişken kullanılmakta ve eşitlikte net

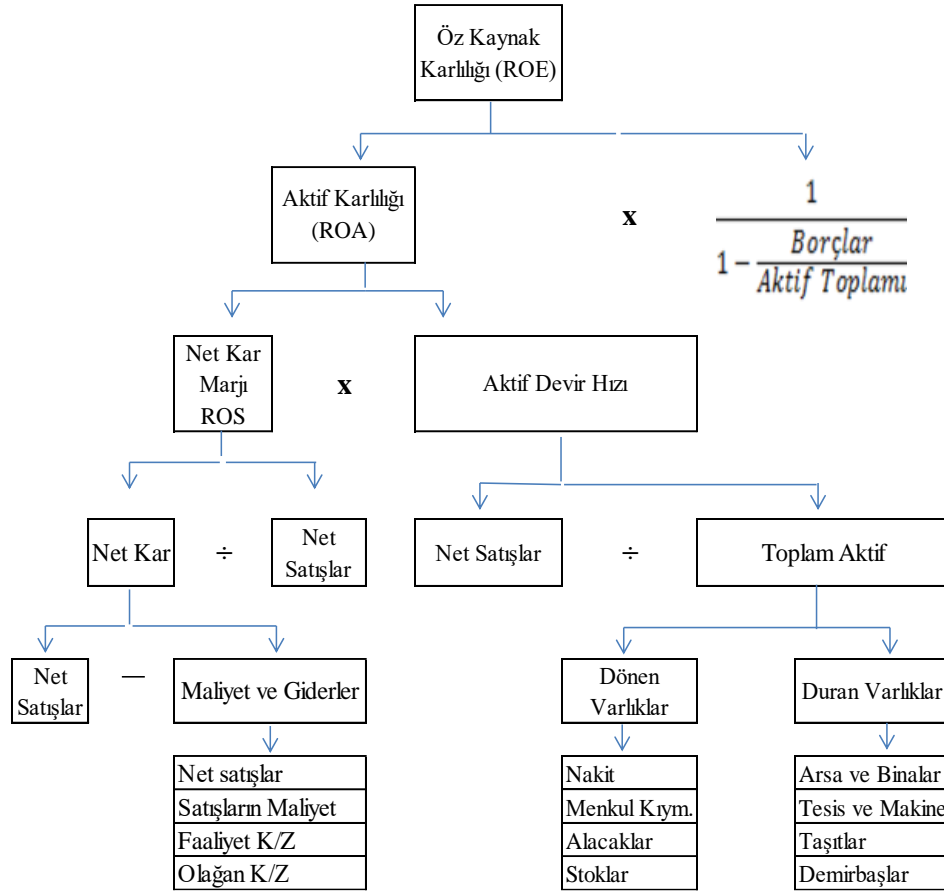
satışlar ve aktif toplamı sadeleşerek öz kaynak kârlılık oranına (net kâr / öz kaynak toplamı) ulaşılmaktadır. Yatırılan öz kaynak karşılığında elde edilen kârın yeterliliğinin ölçülmesinde Öz kaynak kârlılık oranı kullanılmaktadır. Çıkar grupları bu oranın yüksek olmasını umarlar. Türkçe literatüründe Öz kaynağa Getiri, Öz kaynak Getirisi olarak da geçen ve en önemli finansal oranlardan biri olarak kabul edilen ROE(Öz kaynak kârlılığı), şirketin her 1 TL lik sermayesine karşılık ne kadar kâr ürettiğini gösterir. DuPont finansal analiz sisteminde öz kaynak kârlılık oranı şu şekilde hesaplanabilir (Aydın vd., 2010);

$$\text{Öz kaynak kârlılık oranı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}} \times \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Aktif Toplamı}} \times \frac{\text{Aktif Toplamı}}{\text{Öz kaynak Toplamı}}$$

Eşitlikte yer alan ilk iki çarpan işletmenin aktif kârlılığını verir. Diğer çarpan ise öz kaynak çarpanıdır. Bu yüzden işletmenin öz kaynak kârlılığı, satış kârlılığına, aktiflerin kullanım etkinliğine ve kaldıraç oranına bağlıdır. Bu eşitlik yeniden yazıldığında öz kaynak kârlılığı şu şekilde hesaplanır (Aydın vd., 2010);

$$\text{Öz kaynak kârlılık oranı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Aktif Toplamı}} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Borçlar}}{\text{Aktif Toplamı}}}$$

İşletmenin öz kaynak kârlılığı analiz edilirken, bu kârlılığı etkileyen unsurlar öz kaynak kârlılığıyla ilgili DuPont analiz şemasında oluşum sırası ile Şekil 2’de görülebilmektedir (Aydın vd., 2010).



Şekil 2. DuPont Şeması (Öz kaynak Kârlılığı)

Öz kaynak kârlılığıyla ilgili yukarıda verilen Şekil 2'ye göre göre aktiflerin kullanım oranının azalması, öz kaynak kârlılığını azaltacaktır. Bu durumda işletme daha fazla borçlanarak diğer bir ifadeyle finansal kaldıraçtan daha fazla yararlanarak öz kaynak kârlılığını arttırabilir. Fakat daha fazla borçlanma neticesinde öz kaynak kârlılığını artabilmesi için aktif kârlılığı borç maliyetinin üzerinde olmalıdır (Aydın vd., 2010).

Firmalar Du-Pont sisteminden yararlanarak öz sermaye kârlılık oranını arttırmak için öncelikle net kâr oranlarını arttırmalı daha sonra aktiflerini daha iyi değerlendirerek devir hızlarını yükseltmeli ve son olarak da, finansal kaldıraçını arttırarak öz sermaye kârlılık oranlarını yükseltmelidirler (Akgüç, 1994).

#### 4. BULGULAR

ÇAYKUR'un işletme amaçları içerisinde kârlılığın birinci öncelikli amaç olmaması hiç kâr elde edilmeyeceği anlamına gelmemektedir. Nitekim işletmecilik kuralları ve maliyet yönetimi anlayışı çerçevesinde faaliyet gösterilmesi halinde ÇAYKUR'un da kâr elde etmesi

söz konusu olabilecektir. Dolayısıyla, ÇAYKUR'un Türkiye'deki çay sektörünün en önemli aktörlerinden birisi olduğu düşünüldüğünde, her türlü işletmecilik faaliyetinde verimliliğin artırılması ve maliyet yönetimi anlayışı içerisinde ÇAYKUR'da kârlılığın sağlanması ve artırılması mümkündür. ÇAYKUR ülkemiz çay üretiminin yaklaşık üçte ikisini gerçekleştirmektedir. ÇAYKUR ölçek ekonomisinden yararlanan bir firmadır. Şirket endüstrideki önemli maliyet faktörlerini ve sistemi bilmektedir ve çay yetiştirme ve pazarlama alanında oldukça tecrübelidir (Hazar, 2006).

Çalışmada öncelikle analize konu olan ÇAYKUR'un finansal tablolarından yararlanılarak 2015, 2016 ve 2017 yıllarına ait öz kaynak çarpanı, aktif devir hızı, net kâr marjı (Return on Sales-ROS), aktif kârlılığı (Return on Assets-ROA) ve öz kaynak kârlılığı (Return on Equity-ROE) değerleri hesaplanmıştır. Söz konusu veriler Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmektedir. DuPont Analizi, temel olarak yukarıda da ifade edildiği üzere 3 orana odaklanarak firma kârlılığını ROS (Satış Kârlılığı), ROA (Aktif Kârlılığı) ve ROE (Öz Kaynak Kârlılığı) üzerinden inceler.

**Tablo 1.** ÇAYKUR'un DuPont Analizine Esas Alınan Verileri

	2015	2016	2017
Net Satışlar	2.047.664.453	2.297.754.139	1.906.502.068
Net Kâr	6.144.109	-5.720.305	-524.407.072
Toplam Aktif	3.232.366.893	4.110.631.348	4.414.718.812
Öz Kaynak	2.070.279.000	2.103.342.583	2.008.894.080
Toplam Aktif / Öz Kaynak (Öz Kaynak Çarpanı)	1,561	1,954	2,198
Aktif Devir Hızı	0,633	0,559	0,432
Net Kâr Marjı (ROS) (Satış Kârlılığı)	0,003	-0,002	-0,275
Aktif Kârlılığı (ROA) (Net Kâr Marjı x Aktif Devir Hızı)	0,002	-0,001	-0,119
Öz Kaynak Kârlılığı (ROE)	0,003	-0,003	-0,261

**Tablo 2.** ÇAYKUR'un DuPont Analizine Esas Alınan Verilerin Fark ve Yüzdeleri

	2015-2016	Değişim %	2016-2017	Değişim %
	Fark		Fark	
Net Satışlar	250.089.686	12,2	-391.252.071	-17,0
Net Kâr	-11.864.414	-193,1	-518.686.767	-9067,5
Toplam Aktif	878.264.455	27,2	304.087.464	7,4
Öz Kaynak	33.063.583	1,6	-94.448.503	-4,5
Toplam Aktif / Öz Kaynak (Öz Kaynak Çarpanı)	0,393	25,2	0,243	12,4
Aktif Devir Hızı	-0,075	11,8	-0,127	-22,7
Net Kâr Marjı (ROS) (Satış Kârlılığı)	-0,005	-183,0	-0,273	-10948,8
Aktif Kârlılığı (ROA) (Aktif Devir Hızı x Net Kâr Marjı)	-0,003	-173,2	-0,117	-8436
Öz Kaynak Kârlılığı (ROE)	-0,006	-191,6	-0,258	-9498,5

Temel olarak üç oranın neticelerinden oluşan DuPont analizi; işletmelerin varlıklarını etkin bir şekilde kullanarak faaliyetlerinde başarılı olup olmadığını ve bunları yaparken faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için gerekli mali kaynağı nereden sağladığını ve nihayetinde yatırılan 1 birimlik sermaye ile ne kadar katma değer üretebildiğini ortaya koyar. Bu açıklamalar ışığında çalışma kapsamında yer alan ÇAYKUR'un finansal tablolarındaki veriler ışığında DuPont analizini yapabilmek için gerekli olan firma kârlılığı ROS (Satış Kârlılığı), ROA (Aktif Kârlılığı) ve ROE (Öz Kaynak Kârlılığı) değerleri 2015-2016-2017 yılı olmak üzere tablolar halinde hesaplanmıştır.

Tablo 1 ve Tablo 2 incelendiğinde ÇAYKUR'un net satışlarının ve öz kaynak toplamının 2016 yılında artarken 2017 yılında ise azaldığı, aktif toplamında ise özellikle 2016 yılında daha fazla olmakla birlikte yıllar itibariyle ciddi bir artış olduğu görülmektedir. Net kâr kaleminde ise 2015 yılında kâr elde edilirken 2016 ve 2017 yıllarında ise ÇAYKUR'un zarar ettiği ve 2016 yılındaki zararın üzerine 2017 yılında daha fazla zarar olduğu görülmektedir. 2015 yılında ise net kâr, analiz sürecinin en yüksek değerini almıştır. 2015-2016 yılları arasında net satışlar kalemi yaklaşık %12,2 oranında artmış, aktif toplamı % 27,2 oranında artmış, öz kaynak kalemi ise % 1,6 oranında artış göstermiştir. Buna karşın net kâr kalemi ise %193 oranında azalış göstermiş ve ÇAYKUR'un bu dönemde bir önceki yıla oranla kârında ciddi oranda bir azalma gerçekleşmiştir. 2016-2017 yılları arasında ise net satışlar kalemi yaklaşık %17, öz kaynak kalemi ise % 4,5 oranında azalış gösterirken, aktif toplamı % 74 oranında artmış ve net kâr kalemi ise % 9067,5 gibi çok yüksek bir oranda azalış göstermiştir. 2017 yılında diğer yıllara oranla çok yüksek bir zarar söz konusu olduğu görülmektedir.

Finansal tablolardaki değişimler daha detaylı olarak incelendiğinde ve yorumlandığında 2015-2016 yılları arasında ÇAYKUR'un net satışlarında %12,2'lik bir artış olmasına rağmen, net kârın % 19,9 azaldığı yani işletmenin zarar ettiği görülmektedir. Bu durum ÇAYKUR'un birim satış başına kârlılığının 2016 yılında azalmış olduğunu göstermektedir. Buna karşın 2016-2017 yılları arasında net kârdaki azalış yüzdesi (% 9067,5) olduğu için bu dönemde ÇAYKUR'un birim satış başına elde ettiği kârlılığın önceki yıllara oranla aşırı bir şekilde azaldığını söylemek mümkündür. Aynı şekilde Tablo 1'de yer alan ve birim satış başına kârlılığı gösteren net kâr marjı oranının sadece 2015 yılında pozitif değer olduğu ve 2016-2017 yıllarında ise negatif değere dönüştüğü görülmektedir. 2016-2017 yıllarındaki bu düşüşün nedeni ayrıntılı olarak 2016-2017 yılların ait Dupont analizinde açıklanmıştır. Net satışlar ile toplam aktiflerin büyüme hızı kıyaslandığında; toplam aktifin

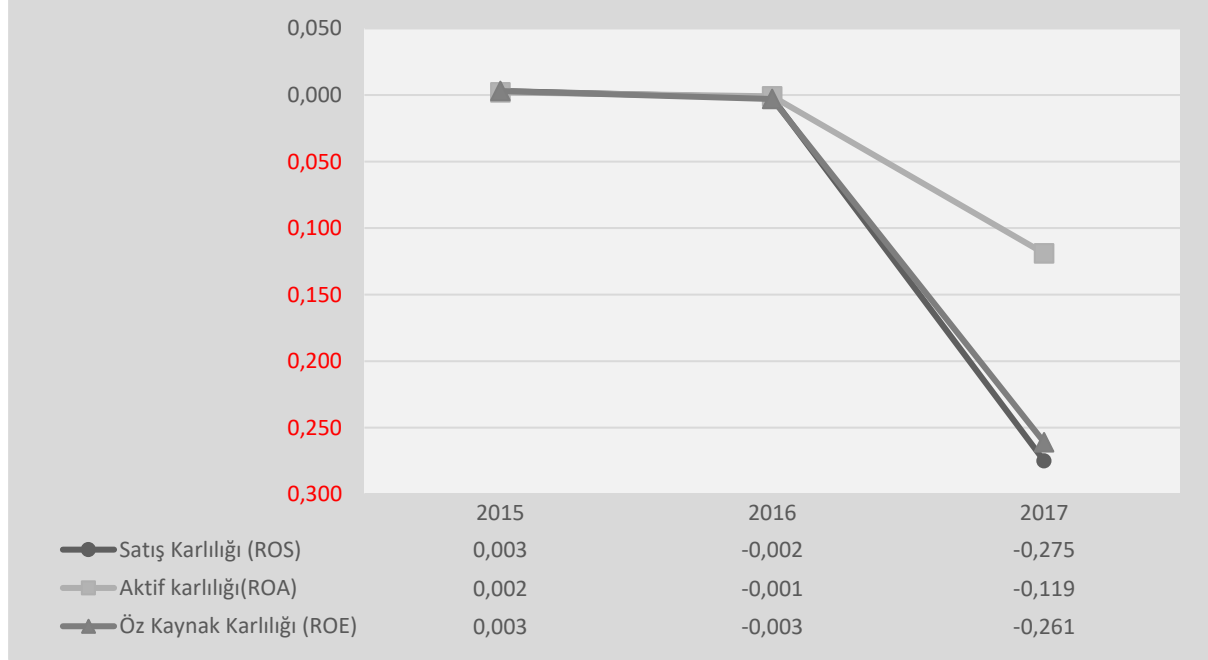
net satışlardaki büyümeden daha fazla olduğu ve bunun sonucunda birim aktif (varlık) başına gerçekleştirilen satış verimliliğinin de azaldığını söylenebilir. Aktif devir hızı oranının Tablo 1’ de yer alan yıllar itibariyle azaldığı görülmektedir.

Toplam Aktiflerle öz kaynak tutarlarındaki değişimlere bakıldığında 2015-2016 yılları arasında aktif toplamı öz kaynak toplamından daha yüksek oranlarda artış göstermiş, 2016-2017 yılları arasında da bu artış devam etmiştir. Tablo 1’de yer alan Aktif Toplamı / Öz kaynak oranındaki değerler bu durumu doğrulamaktadır. Dolayısıyla ÇAYKUR’un 2015-2016 yıllarına ait analiz döneminde aktif yatırımlarındaki artışı daha çok yabancı kaynaklarla finanse ettiğinden dolayı ÇAYKUR’un finansal riskinin arttığı söylenebilir. 2016-2017 döneminde de artışın devam etmesiyle birlikte aktiflerin öz kaynaklardan daha fazla artmasının sonucunda öz kaynak çarpanının da geçmiş yıla oranla çok fazla olmasa da artığı görülmektedir. İşletmeler genellikle öz kaynak kârlılığın artırmak için finansal kaldıraçtan yararlanma yoluna başvururlar. Fakat finansal kaldıraçtan yararlanarak öz kaynak kârlılığını arttırmak için finansman giderlerinin yabancı kaynakların kullanıldığı aktiflerin kârlılığında daha düşük olması gerekir. Borçların en önemli avantajı öz kaynaklara göre daha hem düşük bir maliyete sahip olması hem de faiz ödemelerinin vergi matrahından düşülmesidir. Buna karşın hukuki anlamda borçların faiz ve anapara ödemelerinin zorunluluğu, işletmeleri faaliyet döneminde zarar etseler bile vadesi gelen borçlarını ödeme yükümlülüğü ile karşı karşıya koymaktadır. Bu yüzden işletmeler açısından borç kullanımı finansal risk doğurmaktadır. Borçlar ancak işletme faaliyetleri ile uyumlu etkin yatırım alanlarında kullanılması durumunda öz kaynak kârlılığına katkı sağlayabilir.

Net kâr ve toplam aktif tutarlardaki değişim ele alındığında 2015-2016 yılları arasında aktif toplamı artarken net kâr tutarının azalarak negatif olması birim aktif başına elde edilen kârlılık oranının da negatif olmasına sebep olmuştur. Aynı şekilde 2016-2017 yılları arasında aktif toplamındaki artışın net kârdaki artıştan daha fazla olduğu ve bunun sonucunda ROA değerinin önceki yıla oranla daha fazla azalarak devam ettiği belirlenmiştir. Net kâr ve öz kaynak tutarlarındaki değişim incelendiğinde 2016 yılında ÇAYKUR’un kârının negatif olması ile birlikte ÇAYKUR’un öz kaynak kârlılığının (ROE) %0,3’ten % -0,03’e düştüğü görülmektedir. 2016-2017 yılları arasında ise net kârdaki azalış öz kaynaktaki azalışa göre çok daha fazla gerçekleşmiş ve bu bağlamda öz kaynak kârlılığı önceki yıla oranla daha fazla azalarak %-0,26’ya düştüğü görülmektedir. Ayrıca analiz yapılan yıllar itibariyle Dönen varlıkların kısa vadeli yabancı kaynaklardan tüm yıllar için daha yüksek olması ÇAYKUR’un likidite durumunun iyi olduğunun bir göstergesidir. Ancak likidite durumunun iyi olması



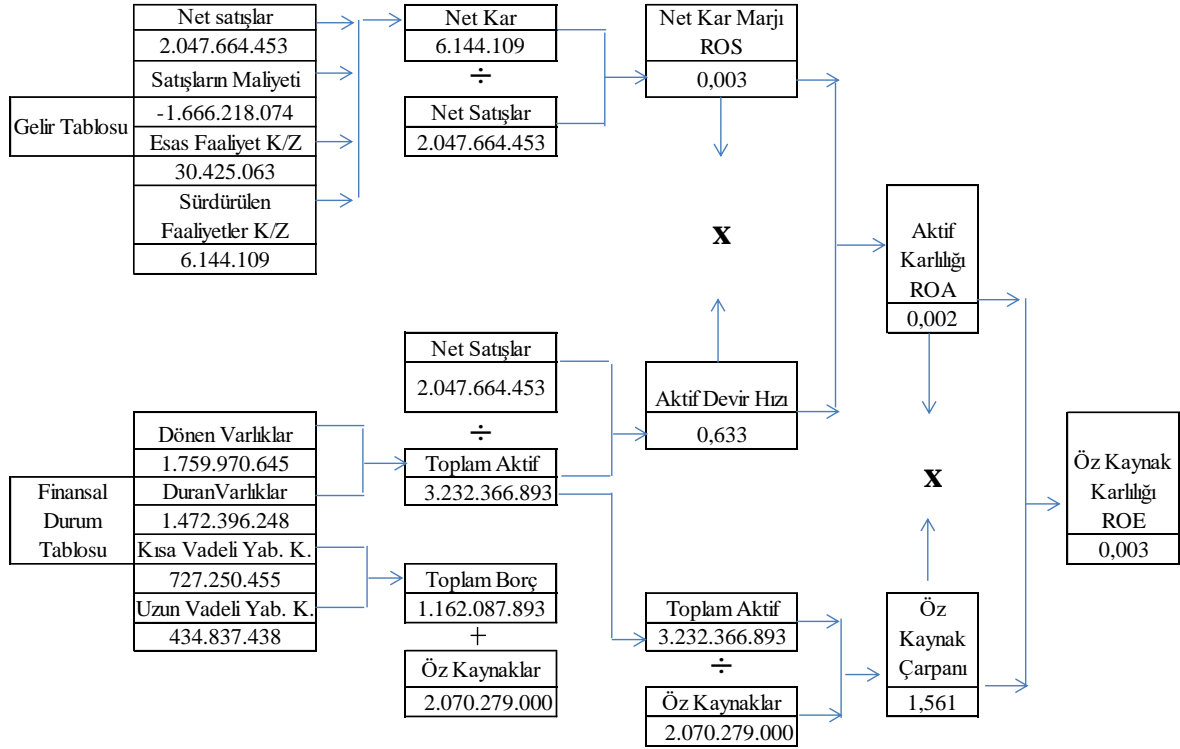
ROS, ROA VE ROE değerlerinin yıllar itibariyle sürekli azalarak negatif olmasına engel olamamıştır. Analiz dönemi boyunca (2015-2017) ÇAYKUR'un gerçekleşen ROS, ROA ve ROE değerlerinin değişimini gösteren grafik şu şekildedir.



**Grafik 1.** Çaykur'un 2015-2017 ROS, ROA ve ROE Değerlerinin Değişimi

Grafik 1' göre ROS, ROA ve ROE değerlerinin 2016 yılında 2015'e göre azaldığı ve 2017 yılında ise 2016'ya göre çok daha fazla azaldığı görülmektedir. ROS, ROA ve ROE değerlerinde meydana gelen değişimleri daha ayrıntılı olarak analiz edebilmek için DuPont finansal analiz sisteminin uygulanması gerekmektedir. Söz konusu finansal analiz sistemi teoriden yararlanılarak literatürde geliştirilen hesaplama modülü ile ÇAYKUR'da uygulanmış ve aşağıda yer alan DuPont şemasında her yıl için ROS, ROA ve ROE değerleri finansal tablolarda yer alan kalemler doğrultusunda düzenlenmiştir. ÇAYKUR'a ait gelir tablosu kalemlerine göre net kâr hesaplanmış ve net satışlara göre ROS değeri belirlenmiştir. Ayrıca finansal durum tablosu ve gelir tablosundaki ilgili rakamlar alınarak aktif devir hızı hesaplanmıştır. Aktif devir hızı ile net kâr marjının çarpılması sonucunda ÇAYKUR'un aktif kârlılığına (ROA) ulaşılmıştır. Aktif toplamını öz kaynak toplamına bölerek öz kaynak çarpanı değeri hesaplanmıştır. Öz kaynak çarpanı ile ROA çarpılarak ÇAYKUR'a ait öz kaynak kârlılığı (ROE) hesaplanmıştır.

Şekil 3'te ÇAYKUR'un 2015 yılına ait Dupont analizi sonuçları sunulmaktadır.

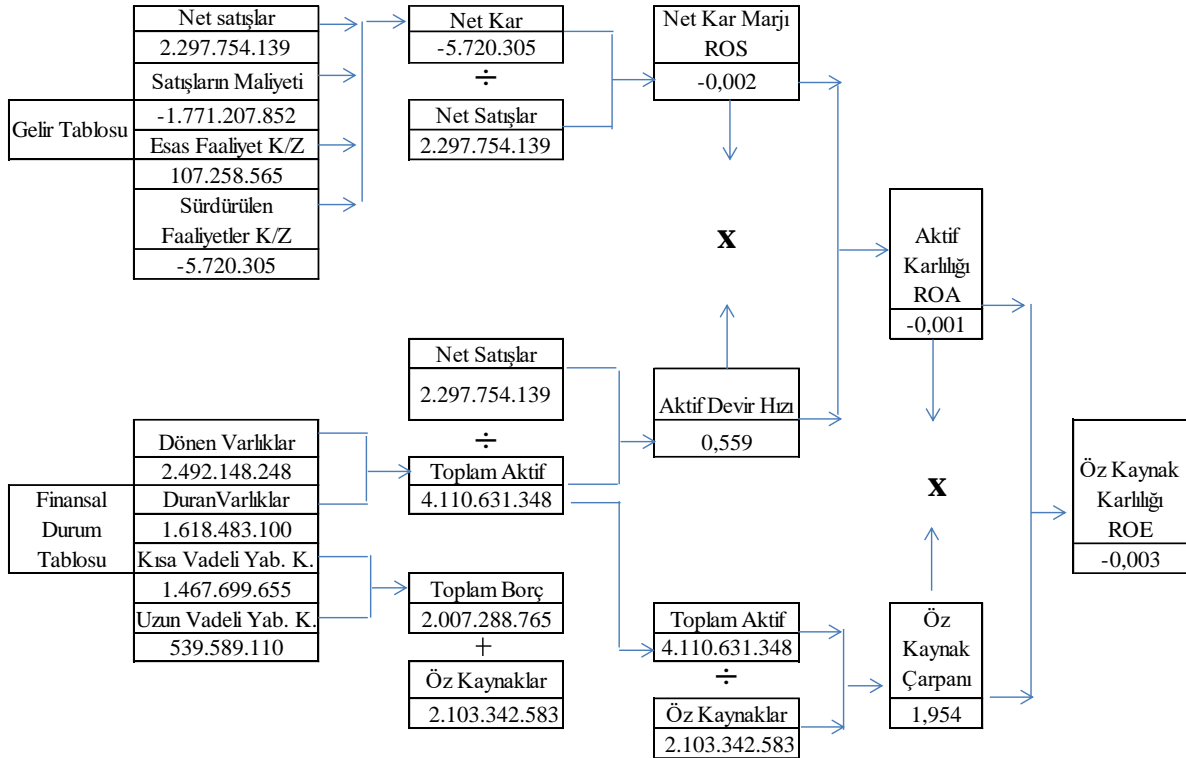


Şekil 3. 2015 Yılına Ait DuPont Analizi

2015 yılına ait DuPont analizi incelendiğinde ROE değerinin %0,3 olarak gerçekleştiği belirlenmiştir. ROE'yi oluşturan kalemler olan ROA ve Öz kaynak çarpanı değerlerinin ise sırasıyla %0,2 ve 1,561 olduğu görülmektedir. ÇAYKUR'un %0,3 olarak gerçekleşen ROS değeri her 100 TL'lik satışın 0,30 TL'sinin net kâr olarak ÇAYKUR'da kaldığını göstermektedir. Şekil 3'te yer alan 2015 yılına ait gelir tablosu verileri incelendiğinde, faaliyet giderlerinin ve özellikle pazarlama giderlerinin satışlara oranla çok yüksek olması (yaklaşık %13) ÇAYKUR'un esas faaliyet kârının azalmasına sebep olmuştur. Ayrıca finansman giderleri ile birlikte değerlendirildiğinde dönem kârının faaliyet kârına oranla daha da azalarak net kâr marjının (%3) düşük gerçekleştiği görülmektedir. ÇAYKUR'un bir kamu kuruluşu olmasından dolayı öncelikli hedefi yüksek kâr elde etmek olmadığı göz önünde bulundurulduğunda bu düşük kâr marjı yeterli görülebilir. Ancak bu oranın negatif çıkması şirketin oto finansman yapısının zayıf olduğunun da bir göstergesidir. Oto finansman yapısı zayıf olan şirketler faaliyetlerini gerçekleştirmek için borçla finansmana yöneleceklerdir (Mendi, 2018). Bu durumda bir işletme olarak faaliyette bulunan ÇAYKUR'da maliyet yönetimi çerçevesinde gider yönetiminde alınacak tasarruf tedbirleri bu düşük kâr marjının artmasına neden olabilecektir. Şekil 3'te yer alan 2015 yılına ait bilanço

kalemleri ve literatür kısmında bu konuda yapılan çalışmalardaki veriler dikkate alındığında ÇAYKUR'da yabancı kaynağın (toplam kaynakların %36'sı) çok fazla kullanılmadığı bu bağlamda ÇAYKUR'un finansal açıdan yüksek risk taşımadığını ve mali yapısının güçlü olduğunu söylenebilir.

Aşağıdaki Şekil 4'te ise ÇAYKUR'un 2016 yılına ilişkin Dupont analiz sonuçları sunulmaktadır.

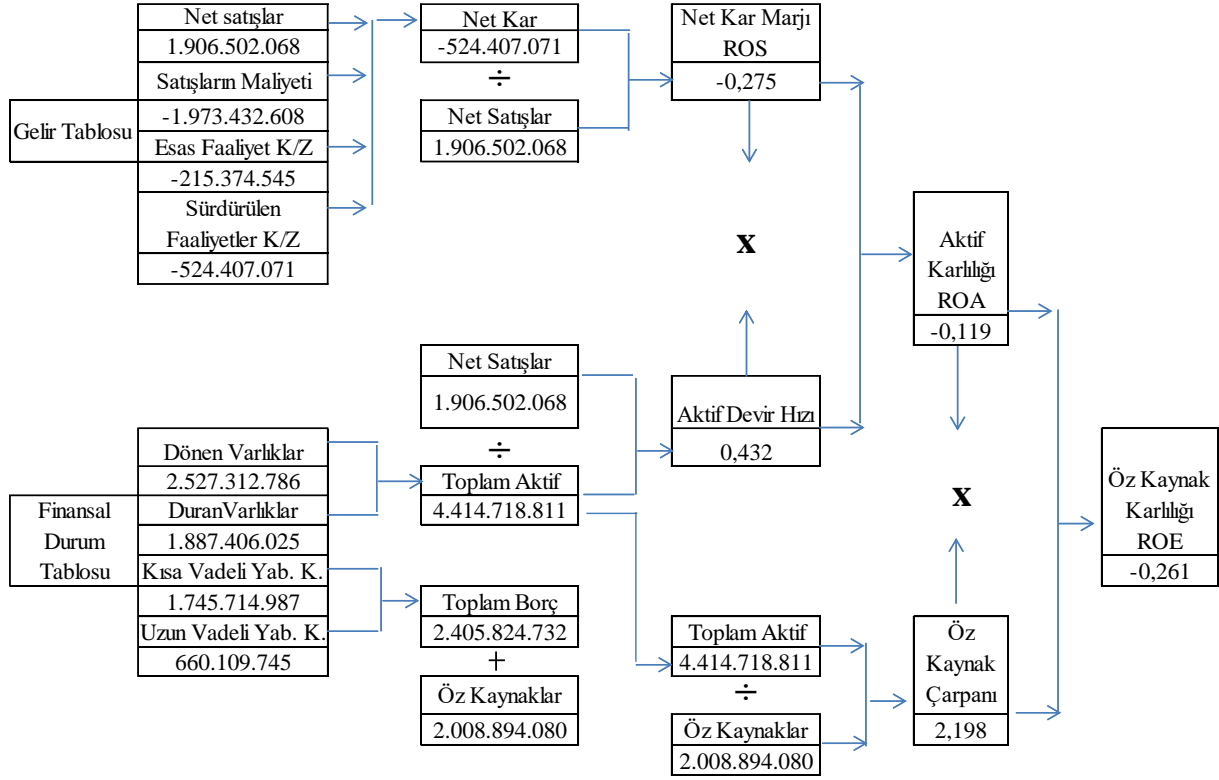


Şekil 4. 2016 Yılına Ait DuPont Analizi

2016 yılı DuPont analizi incelendiğinde öz kaynak çarpanı artmış ve ROE (%0,3'ten % -0,3'e), ROA (%0,2'den % -0,1'e) ve ROS (%0,3'ten % -0,2'ye) değerlerinde ciddi azalmalar gerçekleşmiştir. Bu değerlerin azalmasının temel nedeni ise ÇAYKUR'un 2016 yılında 2015 yılına göre dönem kârında yaklaşık olarak % 193 azalma olmasıdır. 2016 yılına ait ÇAYKUR gelir tablosu detaylı olarak incelendiğinde kârdaki bu aşırı azalmanın nedenleri anlaşılmaktadır. Bu bilgilere göre 2016 yılında satışlarda bir önceki yıla göre %12 artış olması ve pazarlama giderlerinde %32 azalma olmasına rağmen özellikle finansman giderleri yaklaşık 2,5 kat (%266) ve esas faaliyetlerden diğer giderlerdeki artışın da iki kat (%205) artarak, satışlardaki artışa oranla çok daha fazla gerçekleştiği görülmektedir. Burada özellikle esas faaliyetlerden diğer gelirlerde önceki yıla oranla %26 artış olurken esas faaliyetlerden

diğer giderlerde %205 artış olması ve önceki yıla oranla kısa vadeli borçlanmadaki artışa bağlı olarak (%102) finansman giderlerinin yaklaşık 2,5 kat artmış olmasına dikkat edilmelidir.

Şekil 5'te ÇAYKUR'un 2017 yılına ilişkin Dupont analiz sonuçları sunulmaktadır.



Şekil 5. 2017 Yılına Ait DuPont Analizi

2017 yılına ait DuPont analizi incelendiğinde ise ROE (%-0,3'ten %-26'ya), ROA (%-0,1'den %-12'ye) ve ROS (%-0,2'den %-27,5'a) değerlerinin önceki yıla oranla çok daha fazla azaldığı görülmektedir. ÇAYKUR'un aktif devir hızının da bir önceki yıla göre azaldığı ve buna karşın ÇAYKUR'un öz kaynak çarpanı değerinin arttığı saptanmıştır. Öz kaynak çarpanının artmasının nedeni ÇAYKUR'un son üç yıl itibariye aktif toplamını artırmış olması ve öz kaynaklarda ciddi bir değişimin olmamasıdır. Ayrıca analize konu olan yıllar içerisinde ilk defa 2017 yılında yabancı kaynak/öz kaynak oranı yabancı kaynak lehine artmıştır. DuPont analizinin esasını teşkil eden söz konusu oranların (ROE, ROA ve ROS) 2017 yılında aşırı bir şekilde azalmış olmasının ilk nedeni brüt kârın 2015 ve 2016 yılında pozitif 2017 yılında ise maliyetlerdeki artışa bağlı olarak bir önceki yıla oranla 8 kat azalarak negatif olmasıdır. Bu azalmadaki en dikkat çeken husus satışların maliyetinin hasılat toplamından fazla olmasıdır. Bunun sonucunda negatif brüt kâr rakamının üzerine diğer faaliyet giderleri ve finansman giderlerinin eklenmesi ve esas faaliyetlerden diğer gelirlerin ve yatırım

faaliyetlerinden gelirlerin dışında gelir kaleminin olmaması ve ayrıca ertelenmiş vergi giderinin eklenmesi ile birlikte net kâr tutarının önceki yıla oranla yaklaşık 90 kat azalmıştır.

## **5. SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bu çalışmada, ÇAYKUR'un 2015, 2016 ve 2017 yıllarına finansal durum tabloları ve kapsamlı gelir tabloları DuPont analizi tekniği ile analiz edilerek ölçek temelinde finansal performansı açısından yıllar itibariyle farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Analizde ÇAYKUR'un 2015 yılında ROS, ROA ve ROE değerlerinin pozitif olduğu buna karşın 2016 ve özellikle 2017 yıllarında ÇAYKUR'un söz konusu değerlerinin ciddi oranda azaldığı görülmektedir. Satış hasılatı ile satışların maliyetinin aynı yön ve oranda değişmesi beklenir (Elmas, 2017). Analiz neticesinde ise öncelikle satışların maliyetinin 2017 yılında çok fazla artarak beklenenin aksine hasılatın üzerinde gerçekleştiği, esas faaliyetlerden diğer gelirlerin esas faaliyetlerden diğer giderleri karşılamadığı görülmektedir. Ayrıca 2016 yılında söz konusu giderlerin gelirlerin 8 katı oranında arttığı ve bu nedenle DuPont analizine konu olan söz konusu oranların beklenenden düşük olmakla birlikte sadece 2015 yılında pozitif olduğu ve diğer yıllarda ise bu değerlerin negatif çıktığı ortaya konulmuştur. Elde edilen bu sonuçlara göre Türkiye'deki çay sektörünün en önemli aktörü olarak faaliyet gösteren ÇAYKUR'un yöneticilere, üretim ve satış sürecinde katlanılan maliyet ve giderleri türlerine göre maliyet yönetimi anlayışı içerisinde kontrol etmeleri önerilebilir. Yine analiz neticesinde ÇAYKUR'da yabancı kaynak kullanımının analize konu olan yıllarda sürekli olarak arttığı saptanmıştır. ÇAYKUR finansal durum tabloları incelendiğinde yabancı kaynak kullanımının toplam kaynaklar içerisinde 2015 yılında %35'lik paya, 2016 yılında %49'luk bir paya ve 2017 yılında ise %55'lik bir paya sahip olduğu belirlenmiştir. DuPont finansal analiz sisteminde öz kaynak kârlılığının artırılabilmesi için işletmelerin daha fazla finansal kaldıraçtan yararlanmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus işletmelerin yabancı kaynaktan yararlanırken bu kaynaklara ilişkin katlandıkları maliyetlerin mutlaka üretimde kullandıkları aktiflerin kârlılığından daha düşük gerçekleşmesi zorunluluğudur (Koşan & Karadeniz, 2014). Analiz sürecinde 2015 yıllarında ÇAYKUR'un finansal kaldıraçtan yararlanamadığı görülmektedir. Ancak yıllar itibariyle finansal kaldıraç göstergesi olan öz kaynak çarpanının artmış rağmen öz kaynak kârlılığı yani ROE değeri %0,3'ten %-26'ya düşmek suretiyle ciddi bir azalma göstermiştir. Ayrıca ÇAYKUR'da analiz kapsamındaki yıllarda aktif devir hızı çok ciddi azalış göstermese de aktif kârlılığının %0,2'den %-12'ye düşerek çok daha fazla azaldığı ortaya çıkmıştır.

Literatür kısmında belirtilen çalışmalardan birisi olan Enginyurt tarafından 2006 yılında yapılan araştırmada ÇAYKUR'un ROE değerinin 2004 yılında %6 iken %11,3'e çıktığı ve bu çalışmada ise 2015 yılında ROE değeri % 3 iken 2017 yılında %-26'ya düştüğü görülmektedir. Çalışmada ÇAYKUR için hesaplanan ROE değerlerinde yaşanan negatif değişimlerin sektörel nedenlerden kaynaklanmadığı ve ÇAYKUR'un bir kamu kuruluşu olmasından dolayı firma bazlı olduğu söylenebilir. ÇAYKUR'un finansal performansına bakıldığında her bir yıl için yapılan DuPont analizleri incelendiğinde kuruluşun kârlılık düzeyinin sadece 2015 yılında pozitif diğer yıllarda ise negatif olduğu hatta 2017 yılında bir önceki yıla oranla zararın 90 kata çıktığı görülmektedir. Kuruluşun yıllar itibariyle genellikle kısa vadeli bir finansman yapısını tercih ettiği, borç kullanım oranı artmakla birlikte varlıkları da büyüme kaydettiği görülmektedir. Ancak için varlıklardaki bu büyüme kârlılıkla sonuçlanmamıştır.

ÇAYKUR analize konu olan son üç yıl içerisinde her ne kadar aktif toplamını artırmış olsa da kısa vadeli yabancı kaynak oranında ciddi bir artış olmuş ve aktif toplamındaki artışları satış hasılatına yansımamıştır. Ayrıca maliyetlerdeki artışa bağlı olarak özellikle 2017 yılı olmak üzere brüt kâr negatif çıkmıştır. Bu bağlamda brüt kârın negatif çıkmasındaki en önemli etken olan maliyetlerdeki artışın nedenleri çok iyi araştırılmalı ve maliyet yönetimi anlayışı içerisinde bütçe disiplini çerçevesinde yeni maliyet yönetimi yaklaşımlarından yararlanılmalıdır.

Piyasadaki rekabet avantajını elde edebilmenin en uygun ve olmazsa olmaz yolu maliyetleri azaltmaktır. Türkiye'de üretilen çayın, diğer çay üreticisi ülkelere göre daha maliyetli olduğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, maliyet azaltımı çalışmalarının işletmeler için önemi daha iyi anlaşılacaktır. Hedef Maliyetleme, Değer Mühendisliği ve Kaizen Maliyetleme yöntemlerinin çay sektöründe maliyet azaltımı için uygulanması noktasında uygun yöntemler olduğu görülmüştür (Terzi, 2017).

Çalışma sonucunda ortaya konulan hususlar değerlendirilirken analiz sürecinin kısa olması ve ÇAYKUR'un bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolarından yararlandığı unutulmamalıdır. Bu yüzden yukarıda ifade edilmeye çalışılan hususlara dikkat edilmesiyle söz konusu finansal performans ölçütlerinde istenilen düzeye ulaşarak ÇAYKUR'un finansal sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için yukarıdaki bilgilerden yola çıkarak finansal kaldıraç oranı, kâr marjı ve aktif devir hızı oranlarını artırmalarını gerektiğini ifade edilebilir. İleride yapılacak çalışmalarda sadece ÇAYKUR'un değil diğer rakip firmalarla karşılaştırma

yapacak şekilde DuPont analizinin gerçekleştirilmesinin ve bu bağlamda rakip firmalarla kıyaslama yaparak tespit ve öneri geliştirilmesinin önemli olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Akgüç, Ö. (1994). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol.

Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol.

Akgüç, Ö. (2011). *Mali Tablolar Analizi*. İstanbul: Avcıol.

Almazari, A. (2012). "Financial Performance Analysis Of The Jordanian Arab Bank by Using The DuPont System of Financial Analysis". *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), ss. 86-94. doi:10.5539/ijef.v4n4p86

Altunel, T.A. (2003). *Orman İşletmelerinin Etkinliklerine İlişkin Finansal Çözümlemeler*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Üniversitesi/ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Arnold, G. (1998). *Corporate Financial Management*. England: Financial Times Prentice Hall.

Aydın, N., Başar, M. & Çoşkun, M. (2010). *Finansal Yönetim*. Ankara: Detay.

BDR (2017). ÇAYKUR Bağımsız Denetim Raporu, <http://www.caykur.gov.tr>.

Bakır, H. & Şahin, C. (2009). *Yöneticiler İçin Finansal Tablolar Analizi*. Ankara: Detay.

Berk, N. (2010). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Türkmen.

Çabuk, A. ve Lazol, İ. (2011), Mali Tablolar Analizi, Bursa: Ekin.

Çakır, S. (2016). "Bulanık Veri Zarflama Analizi İle Çaykur Fabrikalarında Etkinlik Ölçümü", *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 31, No 2, 369-381 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/225441>

Çetiner, E. (2002). *Konaklama İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi.

Daşdemir, İ. (2011). "Ormancılık İşletme Ekonomisi". Bartın Üniversitesi Yayın No:5, Orman Fakültesi Yayın No:3, Bartın: Sürat.

Elmas B. (2017). "Finansal Tablolar Analizi". Ankara: Nobel.

Elmas B. (2017). "Finansal Analiz Uygulamaları". Ankara: İmaj.

Hazar, E. (2006). *Türkiye Çay Sanayinde Finansal Analiz Tekniklerinin Uygulanması: ÇAYKUR A.Ş.'de bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

Koşan, L. & Karadeniz, E. (2014). "Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörünün Finansal Performansının Dupont Finansal Analiz Sistemi Kullanılarak İncelenmesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (2), 75-89, <http://www.soidergi.com.tr/wp-content/uploads/2>

Liesz, T. (2002). "Really Modified DuPont Analysis: Five Ways To Improve Return On Equity", *Proceedings of the SBIDA Conference*, <http://sbaer.uca.edu/research/sbida/2002/Papers/19.pdf> (01.05.2019).

Liesz, T. & Maranville, S.J. (2008). "Ratio Analysis Featuring The DuPont Method: An Overlooked Topic In The Finance Module of Small Business Management and Entrepreneurship Courses", *Small Business Institute Journal*, 1, ss. 17-34, <https://www.sbij.org/index.php/SBIJ/article/view/46/22>.

Little, P. L., Mortimer, J. W., Keene, M. A. & Henderson, L. R. (2011). "Evaluating The Effect Of Recession On Retail Firms' Strategy Using Dupont Method: 2006-2009", *Journal of Finance & Accountancy*, 7, ss. 1-7, <http://www.aabri.com/manuscripts>.



Mendi, A.F.,(2018). “Türkiye çay endüstrisi: Sektörel ve ampirik bir çalışma”, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, Volume: 4(2), <http://dergipark.gov.tr/download/article-file>.

Moyer, C. R., McGuigan, J. R., & Rao, R.P. (2007). *Fundamentals of Contemporary Financial Management*. Canada: Thomson South Western.

Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2008). *Modern Financial Management*, New York: McGraw Hill.

Sheela, S. C. & Karthikeyan, K. (2012). “Financial Performance of Pharmaceutical Industry in India Using DuPont Analysis”, *European Journal of Business and Management*, 4(14), ss. 84-91, <http://www.iiste.org/Journals/index.php>.

Terzi, A. (2017). “Hedef Maliyetleme, Değer Mühendisliği ve Kaizen Maliyetleme Üçlüsünün Çay İşletmelerinde Birlikte Uygulanabilirliği”, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 221 248, <http://dergipark.gov.tr/kusbd/issue/30549/309631>

**Citation:** Şavkılı C. (2019), Osmanlı Devleti'nin Son Döneminden Demokrat Parti İktidarına Petrol Politikaları (1861-1950), BMMJ, (2019), 7(1): 373-402 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.449>

## OSMANLI DEVLETİ'NİN SON DÖNEMİNDEN DEMOKRAT PARTİ İKTİDARINA PETROL POLİTİKALARI (1861-1950)

Cengiz ŞAVKILI<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 19/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 14/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Osmanlı Devleti, 1868 tarihinde çıkardığı maden nizamnamesi ile petrolü yer altında bulunan asıl madenler sınıfına koymuştur. Osmanlıda ilk defa Petrol, 1889 yılında İskenderun'un Kabaev nahiyesine bağlı Çengen köyünde bulunarak çıkarılmıştır. Sultan II. Abdülhamit bazı kaynaklarda "petrol gölü" olarak nitelenen Musul ve Bağdat'taki petrol potansiyelinin farkındaydı. Dolayısıyla bu bölgenin petrol madenlerini kendi özel mülkiyeti içerisine alarak, bölgeyi koruma altına almıştır. Cumhuriyet Dönemine kadar genellikle petrol politikaları yabancılara verilen imtiyazlarla sürdürülmüştür. Demiryolu imtiyazları ise genellikle Chester Projesi'nde olduğu gibi yabancı şirketler tarafından petrol ekseninde ele alınmıştır. Cumhuriyetin ilanından Demokrat Parti Dönemine kadar geçen sürede önce devlet eliyle petrolün üretilmesine yönelik politikalar uygulandığı görülür. Bu politikalar çerçevesinde yapılan çalışmalar arasında; 792 Sayılı Petrol Kanunu'nun çıkartılması, Altın ve Petrol Arama ve İşletme İdareleri'nin kurulması ile Maden Tetkik Arama Enstitüsü'nün kurulması sayılabilir. Cumhuriyet Döneminde petrolün aranması, çıkartılması, rafineri edilmesi ve satışı daima millî politikalar çerçevesinde şekillenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Petrol, Osmanlı Devleti, Cumhuriyet Dönemi

**Jel Kodları:** N7, N75, P28

## OIL POLICIES: FROM THE LAST DECADES OF THE OTTOMAN EMPIRE TO THE DEMOCRAT PARTY GOVERNMENT (1861-1950)

### ABSTRACT

*The Ottoman Empire classified oil as an underground mine with the mining law of 1868. Oil for the first time was discovered in the Çingen village of Kabaev in İskenderun in 1889. Sultan Abdul hamid II was aware of the oil potential in Mosul and Baghdad, which were described as "the lake of oil" in some sources. Therefore, he took this region under his protection by taking the oil mines of this region into its own private ownership. Oil policies were continued with the concessions granted to foreigners until the Republican period. As in the Chester Project, railway concessions were given to the foreign companies. From the proclamation of republic to the Government of Democrat Party, policy regarding oil also changed and the state-controlled economic ideas dominated oil policy. In this regard, the first Turkish legal regulation concerning petroleum is the Petroleum Law No. 792 that was adopted in 1926. In addition, "Gold Exploration and Exploitation" and "Mineral Research & Exploration General Directorate" were founded. As a result, it can be said that oil policy was based on the state-controlled economic idea during the Republic period.*

**Keywords:** Oil, The Ottoman Empire, The Republic Period

**Jel Codes:** N7, N75, P28

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, [savkili67@ksu.edu.tr](mailto:savkili67@ksu.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0002-7083-7020>

## 1. GİRİŞ

Enerji işlerinin ülkemizin millî ekonomisinin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlenmesi, öteden beri iktisaden kalkınma davasının ana unsurları arasında sayılır. Enerji ekonomisi içerisinde bol, ucuz ve güvenilir enerji istihsalı ile zirai, sınaî ve sosyal kalkınma arasında sıkı bir mevcudiyetin varlığı dikkati çekmektedir (Hiçşaşmaz, 1957:1). Fiziksel anlamda enerji, hareket ettirici güç demektir. Bunu iş yapma anlamında da düşünmek mümkündür (Doğanay, 1991:2). Enerji kaynaklarının doğada bulunuş şekillerine bağlı olarak yenilenebilir ve tükenebilir (fosil) enerji olarak sınıflandırılırlar. Fosil kaynaklar olarak da adlandırılanlar; petrol, kömür, doğalgaz, bitümlü şistler ile nükleer kaynaklardan (uranyum, toryum) oluşmaktadır (Demirbaş, 2002:1-3).

Petrol tarihin eski dönemlerinden itibaren bilinmesine rağmen, enerji kaynağı olarak önemini XX. Yüzyılda kazanmıştır. Petrol, kimyasal kompozisyonu ve içinde bulunduğu farklı basınç ve sıcaklık koşullarına bağlı olarak sıvı, katı ve gaz halinde bulunabilen ve yeraltındaki kayaların gözeneklerinde oluşan doğal bir hidrokarbon karışımıdır. Petrol kelimesi Latince taş anlamına gelen “petra” ve yağ anlamına gelen “oleum” kelimelerinin birleşmesi ile türetilmiştir (Acar vd., 2007: 3). Rönesans’la ortaya çıkan “petrae-oleum” kelimesi Latince taşyağı anlamına gelmektedir. İngilizlerin “petroleum”, Fransızların “petrole” ve Almanların “erdöl” diye tabir ettikleri bu madde; ülkemizde maden yağı, gazyağı, petrol ve akaryakıt gibi kelimelerle de ifade edilmektedir (Tanoğlu, 1971:259).

İnsanlığın yirminci yüzyılda uğruna savaşlar yaptığı petrol, tarihin eski dönemlerinden itibaren bilinmekteydi. Ancak petrolün insanlar tarafından ilk kez nerede ve nasıl keşfedildiği tam olarak bilinmemektedir. Bilim insanlarının tahminlerine göre petrolden ilk faydalanan insan Hz. Nuh’tur. Tahminlere göre Hz. Nuh’un gemisi, geminin su yüzeyinde durabilmesi için kalafatlama işlemine tabii tutulmuştur. Ayrıca Hammurabi Kanunlarında da gemi imalatlarında kalafatlama işleminin yapıldığından söz edilmektedir (Uluğbay, 1995:1). Petrolün keşfi Ortadoğu’nun çeşitli yerlerinde yaşayan insanların “bitumen” denilen yarı katı ve çamurlu bir maddenin çatlaklar arasından sızdığını görmesiyle başlamıştır. Bu çeşit sızmalar daha M.Ö. 3000 yıllarında Mezopotamya’da da gözlemlenmiştir. Sızıntı kaynaklarının en ünlüsü Babil şehri yakınlarındaki Fırat üzerindeki Hit (bugünkü Bağdat’ın bulunduğu yer) bölgesiydi. Eski Ortadoğu’da ticari bir meta sayılan bitumen, inşaatlarda harç olarak da kullanılıyordu (Yergin, 2007:21-22). Tarihte petrol için yapılan ilk savaş Suriyeliler ile Araplar arasında M.Ö. 312’de hemen hemen dünyanın her köşesinde tıbbi ve tarımsal amaçlarla kullanılan “Zift Gölü” de denilen “Ölü Deniz” asfaltları uğruna yapılmıştır. Petrol her zaman insanların felaket ve ölümleri için değil, dertlere şifa aramak için de kullanılmıştı (Ediger, 2007:8). Rafineri

teknolojisinin günümüzdeki kadar gelişmediği dönemlerde petrol, eczacılıktan inşaata çok farklı alanlarda kullanıldı. Hatta Yunanlılar, Mezopotamya bölgesindeki petrol sızıntılarından imal ettikleri ve formülünü sır gibi sakladıkları “Rum Ateşini” savaşlarda başarı ile kullandılar (Acar, 2013:4).

Bitüm her ne kadar pek eski zamanlardan beri malûm ise de petrol bir endüstri olarak ticarî bir metotla ışık yapan gaz yağının muvaffakiyetle tasfiyesi ve petrolün sondajla aranması ile başlar. Bu olaylar 1848 de James Young’un kömürden gazyağı elde etmesi ve 1859 da Titusuille de Edwin L. Drake tarafından ilk petrol kuyusunda ham petrol bulunması ile olmuştur (Taşman, 1949a:9; Ediger, s.82). Bu tarihten önce ilkel yöntemlerle elde edilen petrol ilk kez 1859 yılında ABD’nin Pensilvanya bölgesinde modern kuyu delme tekniğiyle çıkarılmaya başlandı (Mosley, 1976:20). Belki de ilk petrol çıkarılan yer olarak kaynaklarda Amerika’nın geçmesinin temel nedeni dünyadaki büyük petrol tröstlerine Amerikan şirketlerinin sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Oysa bu tarihten 11 yıl önce 1848 senesinde Bakü’de petrol kuyularının mevcut olduğu, Azerbaycan ve Rus kaynaklarında geçmektedir (İsmayılov, 2006:14). Amerikan iç savaşının bittiği 1865 yılı Şubat ayna gelindiğinde Rockefeller ve arkadaşı Andrews, önce bir şirket kurarak rafineri işletmeye başladılar, daha sonra ise 1870 tarihinde Standard Oil Company adlı şirketlerinin kuruluşunu gerçekleştirdiler (Ediger, s.83-84). 1882’de hukuki tröst şeklini kabul eden Rockefeller, ABD’de rafinaj sanayinin %80’ini, boru hatlarının ise %90’ını kontrol ediliyordu. (Durand, 1966:27).

Modern rafineri sistemi ile birlikte petrol, aydınlatma alanında kömür yağının yerini almış ve Standard Oil Şirketi de aydınlatma alanına çok önemli yatırımlar yapmıştı. Thomas Edison’un 1879’da akkor lambayı icadıyla elektrik enerjisi evlerde ve sanayide yaygın olarak kullanılmaya başlandı. Bu gelişme hızla Amerikan petrol sanayinin merkezi sayılan gazyağı kullanımını giderek düşürmüş ve aydınlatmada gazyağı kullanımı kısıt Amerika ile sınırlı kalmıştır (Ana Britanicca, C.8, 1988:98; Yergin, s.76-77). 1876 yılında Alman makine mühendisi Nikolaus Otto tarafından modern otomobil motorunun ilk örneğinin yapılmasından sonra petrole olan talep artmış ve 1900’lü yıllarda ABD’de kayıtlı araç sayısının artmasıyla birlikte benzin satış rakamları da üç katına çıkmıştır (Kökyay, 2008:7). Büyük bir hızla gelişmekte olan sanayide kömür yerine petrole çalışan motorların kullanımı yaygınlaşmış; ulaşım ve sanayide kullanılan araçların günlük yaşama girmesiyle petrole olan talep daha da artmıştır. Bu arada hızla gelişen emperyalist ülkeler, ordularını güçlendirmek istedikçe petrolün hayati önemini de daha iyi anlıyorlardı. Bunun sonucu olarak hükümetler, petrol ihtiyacına “ulusal sorun” gözüyle bakıyorlar ve petrol alanlarının şirketler arasında paylaşılması mücadelesine bizzat katılıyorlardı (Can, 2000:74-75). Petrolün XX. Yüzyılın en kıymetli

hammaddesi haline gelmesinden sonra, çıkarıldığı her yerde ihtilaller, kıtaller, hükümet darbeleri birbirini kovalamış ve petrole sahip memleketlerin halkları hiçbir zaman rahat bir nefes alamamıştır (Karadağ, 2008:13).

## **2. OSMANLI DEVLETİ'NİN ÇIKARDIĞI İLK MAADİN NİZAMNAMESİNDEN CUMHURİYET DÖNEMİNE PETROL FAALİYETLERİ (1861-1923)**

Osmanlı Devleti'nde Petrol, diğer madenler gibi işlem görmüş ve enerji kaynağı olarak hak ettiği ilgiyi görememiştir. Osmanlı Devleti'nin coğrafyasında mevcut olan petrole gereken ilgiyi gösterememesinin nedeni aslında yetersiz sanayileşmedir. 1915 sanayi sayımı sonuçlarına bakıldığında Türkiye'de faaliyet gösteren kuruluş sayısının 264 olduğu ve bu kuruluşlarda çalışan toplam işçi sayısının 14.060 civarında olduğu anlaşılmaktadır. Bu rakamlardan anlaşılacağı üzere mevcut sanayileşme seviyesinin kömüre olduğu gibi petrole de çok ihtiyaç duymayacak seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bir enerji politikasının oluşturulmasına da gerek görülmemiştir (Kökyay, s.26; Kepenek, 1987:9).

Osmanlı Devleti'nin özellikle hâkimiyeti altında bulunan Orta Doğu topraklarında önemi miktarda petrol olmasına rağmen, petrolün önemi daha çok denizcilik faaliyetlerinde kullanılmaya başlamasıyla anlaşılmıştır. Evliya Çelebi, Seyahatnamesinde Van kalesini anlatırken, sızıntı şeklindeki zift madeninin kayalardan akararak büyük bir havuzun içine döküldüğünü ifade etmesi petrolün doğal olarak bu bölgede olduğu ve doğal yollardan çıkan petrolün daha sonra Van Defterdarı tarafından tüccarlara satıldığı anlaşılmaktadır (Evliya Çelebi, 2000: 110). Bu bilgileri Türk-İran hududunu tespit eden komisyonda fennî müşavir olarak yer alan William Loftus'un, 1854 yılında İngiltere Jeoloji Cemiyeti'nde neşrettiği bir etütte Van Kalesi'nde Nümulitik kalker içinde bitüm membalarından bahsetmesi doğrulamaktadır (Taşman, Tarihçesi, 1949b:14 ). Van bölgesinde petrol çıkarılmadan sızıntılardan halk istifade etmiş fakat XIX. Yüzyılın sonlarına doğru Tercan ve Van Gölü'nde petrol bulgularına rastlanmasıyla birlikte bölgede arama-işletme imtiyazı almak isteyen talipliler ortaya çıkmıştır (Başa, 2013:9).

Osmanlı Devleti'nde madenler; emaneten, iltizamen ve ihale yöntemleri olmak üzere üç şekilde işletiliyordu. Osmanlı Devleti'nin ilk maden nizamnamesinin 28 Mayıs 1861 tarihli irâde ile yürürlüğe girmesi madencilik alanında önemli bir adımdır. Bu nizamname ile maden arama, üretimi, madenden alınan vergiler, kalhane ve fabrikalar ile maden mühendislerinin görevleri düzenlenmiştir. Beş bölüm ve elli dört maddeden oluşan nizamnamenin girişinde madenler iki sınıfa ayrılıyordu. Bir kişi sahip olduğu arazide izin ve ruhsat almaksızın maden

araması yapabilecekti. Diğer taraftan mirî arazi için ilgililerin devletten ruhsat alması hükme bağlanmıştı. Bu amaçla verilecek taharri ruhsatlarının süresi iki yıl ile sınırlandırılmıştı. 1861 Maden Nizamnamesi'nin en önemli noktalarından biri yabancılara ilk defa maden ihalelerine hissedar olarak katılabilme imkânını tanımasıdır (Keskin, 2011:127-129).

Sultan Abdülaziz, Paris Sanayi Sergisi münasebetiyle Fransa İmparatoru III. Napolyon'un daveti üzerine 21 Haziran-7 Ağustos 1867'de çıktığı Avrupa seyahatinde, maden ve sanayinin önemini kendi gözleriyle görmüştü. Sultan Abdülaziz ülkesine döner dönmez 1810 tarihli Fransız maden kanunu esas alınarak bir nizamname hazırlanmasını istedi. 29 Kasım 1868'de kabul edilen ve dört bölüm halinde düzenlenen nizamname 98 maddeden oluşuyordu. Cumhuriyet Döneminde hazırlanan maden kanunlarının birçoğunun da temelini oluşturacak olan 1868 tarihli Maâdin Nizamnamesi ile "zift, nefit ve petrol ve buna benzer cisimlerin" yeraltında bulunan asıl madenler sınıfına dâhil edilmesi müthiş bir gelişmeydi. Nizamname uyarınca verilen imtiyazlar hayata geçirilemedi. Verilen bazı imtiyazları alanların da çoğu yabancı ya da Osmanlı tebaasındaki Ermeni vatandaşlardı. İşin en ilginç yanı bu imtiyazı alanlar arasında sadece bir Türk'ün bulunmasıdır (Ediger, s.88-91). Sultan Abdülaziz Devrinde devlet tarafından işletilen ya da devletin kontrolü altında bulunan madenlerin işletilmesinden öteye bir adım atılmamıştır. Devletin maden kaynakları açısından çok zengin olması ve bunların çıkarılıp işlenmesi halinde çok önemli gelir sağlanacağı aşikâr olmasına rağmen ne yazık ki, devlet adamlarının bir maden politikası düşündükleri dahi söylenemez (Karal, 1983a:258).

Sultan Abdülaziz Döneminde çıkarılan maden nizamnameleri tartışılmasına rağmen Osmanlı Devleti'nde madencilik açısından bir yol açmıştı. II. Abdülhamid Döneminde bu yol takip edilerek madenlerle ilgili işlerin daha iyi yürütülmesi için 1878, 1885 ve 1906 yıllarında olmak üzere üç adet nizamname çıkarılmıştır. Bu nizamnameler ile maden için yapılacak araştırmalar, mülkiyet ve tasarruf şekilleri, yabancılara verilecek imtiyazların şartları ve madenlerden alınacak vergiler belirtilmiştir (Karal, 1983b:456). Dünyadaki petrol bölgeleri içerisinde en önemli yerlerin başında Orta Doğu gelmekteydi. Bir anlamda petrol, modern Orta Doğu politikasının şekillenmesinde önemli faktörlerden biri olmuştur. Osmanlı topraklarındaki petroler 1870'lerin başından itibaren Batılı devletler tarafından incelenmeye tabi tutulmuştu. İlk kez 1871'de Musul ve Bağdat'ta inceleme yapan Alman uzmanların çalışmaları bölgenin petrol potansiyeli ile ilgili olumlu sonuçlar vermiştir (Çark, 2016:72). II. Abdülhamid, iddia edilenlerin aksine bölgenin petrol açısından çok zengin olduğunun farkındaydı. Padişah tahta çıkmasından sonra Mezopotamya bölgesinde bulunan büyük ve oldukça verimli olan bu arazileri şahsi mülküne dâhil etmiş ve bölgenin yeraltı ve yerüstü zenginlikleri araştırmak için mühendisler görevlendirmiştir (Tozduman Terzi, 2014:97-98; Çark, s.52). Osmanlı Devleti'nde

petrole olan gerçek ilgi, II. Abdülhamid'in ve Hazine-i Hassa Nazırı olan Agop Kazazyan Paşa'nın gazyağı ticaretinden kısa sürede zengin olanları görmeleri sonucunda, Onları Mezopotamya petroleri konusunda düşündürmeye başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Bu potansiyeli Sultan'ın yararına sunabilmek için Agop Paşa bir strateji belirleyerek uygulamaya koymuştur (Uluğbay, s.17). 6 Şubat 1889 tarihli Yıldız Sarayı Başkitâbet Dâiresi'nin tezkiresinden anlaşıldığına göre Musul Vilayetinde çok önemli miktarda petrol gazı bulunduğundan, gerek padişahın emlakı üzerinde gerekse diğer yerlerde petrol gazı madeni aranması imtiyazının 6 Nisan 1889 tarihli irade ile Hazine-i Hassa Nezareti'ne verilmesine irade buyrulmuştur (Musul Kerkük İle İlgili Arşiv Belgeleri, 1993:207-208).

Sultan II. Abdülhamit, Musul'da petrolün var olup olmadığı, varsa eğer bunların cinsi ve içeriği, ne şekilde kullanıldığı ile ilgili Hazine-i Hassa Müfettişlerinden Mehmed Bin Ahmet Arif'e (Arif Bey) araştırma yaptırdı. Arif Bey, bu bölgede yaptığı çalışmada Musul'a on iki, Dicle Nehrine bir saat mesafede gazyağı ve petrol madenleri bulunduğu, Tuzhurmato'dan yarım saat ileride yirmi adet petrol kuyusu olduğunu tespit etmiştir. Hazine-i Hassa Maden Mühendisi Arif Bey'in yapmış olduğu en önemli işlerden birisi de alanında ilkler arasında sayabileceğimiz Musul Vilayeti'nin madenlerinin bir kısmını gösteren bir harita çizmesidir. Musul Vilayeti'ni kapsayan, ilk irade çıktıktan sonra, 1889'da Ahmed Necati Efendi'ye, 1890'da Hasan Tahsin Efendi'ye, 1891'de İskenderun Petrol Şirketi'ne, 1897'de Halil Rif'at Paşa'ya 1898'de Şarl Rayser'e petrol araştırmaları ve işletilmesi için imtiyazların verilmesi uygun görülmüştü (Sırım, 2017:126-127). 21 Eylül 1898 ve 16 Aralık 1902 tarihlerinde çıkarılan iki irade ile Musul ve Bağdat'taki petrol madenleri imtiyazı padişahın özel mülkiyeti içerisinde değerlendirilmeye devam edilmiştir (Ediger, s.214).

Musul ve Bağdat vilayetlerindeki tabii halde yüzeye sızan ve daha önce ilkel yöntemlerle faydalanılan petroler ve bölge ne yazık ki, büyük devletlerarasında bir çekişme konusu oluncaya kadar ciddi bir araştırmaya tabi tutulmamıştır (Yazıcı, 2007:7-8). Rusya'daki petrolerle yarışabilecek derecede çok değerli petrol yataklarına sahip olan Musul bölgesi, 1901 yılında bir Alman teknik komisyonu tarafından incelenmişti. Komisyon Mezopotamya petrol kaynaklarını incelemiş ve petrol kaynakları için "gerçek bir petrol gölü" tabirini kullanmıştı. Ayrıca Musul bölgesini gezen ünlü Alman gazeteci Dr. Paul Rohrbach, bölgenin her karış toprağının petrole ve tabii gazlara bulanmış olduğunu yazmıştır. (Earle, 1972:27-28). 1909 yılında Abdülhamit'in tahtan indirilmesinden sonra ise padişahın uhdesinde topladığı haklar meşrutiyet hükümetlerine devredilmiştir (Uluğbay, s.47). Bu devam eden süreçte İttihat ve Terakki mensubu hükümet üyeleri ile Almanya ve İngiltere başta olmak üzere çeşitli ülkelerle görüşmeler gerçekleştirilmiş, genellikle petrol arazilerinin üzerine konumlu olan mülklerin

işletme haklarının imtiyazı konusunda yabancılara pek çok vaatler verilmiştir (Kartın, 2015:96).

Osmanlı Devleti sınırları içinde ilk defa sondajla petrol aramaları İskenderun bölgesinde gerçekleştirilmiştir. XIX. Yüzyılın sonlarında Halep vilâyetlerine bağlı bir kaza olan İskenderun'un Kabaev nahiyesine bağlı Çengen köyü civarında aramalarda petrole rastlanmıştır. Buradaki petrolü askerî müteahhitlerden Ahmet Necati Efendi keşfetmiş ve işletmesini de devlet yirmi beş seneliğine kendisine vermişti. Ahmet Necati Efendi petrol gazı imtiyazının kendisine verilmesinden yedi buçuk ay sonra hakkını tüccarlardan Hasan Tahsin Efendiye devretmiştir. Bu devir işleminden yaklaşık bir buçuk sene sonra ise Hasan Tahsin Efendi, uhdesindeki petrol işletmesini yeni kurulan anonim şirkete devretmiştir (Bostan, 1990:129-132). Çengen köyü civarında bir Alman-İngiliz firması tarafından on kadar küçük sondaj yapılmış, fakat açılan kuyulardan olumlu bir sonuç alınamadığı için arama daha fazla devam ettirilmemiş ve imtiyaz 1913 yılında feshedilmiştir (Tanoğlu, s.331; Taşman, Tarihçesi, 1949b:5).

XIX. yüzyılın sonlarında Osmanlı Devleti sınırları içinde petrol araması yapılan ve imtiyazı verilen yerler arasında Trakya'da bulunan Mürefte bölgesi içindeki Gaziköy (Ganos) de sayılabilir. 1892 yılında Cavit Bey namında bir zat Gaziköy civarında dereleri dolaşırken petrol kokusu duymuş ve su sondajı işi ile uğraşan Gaziköylü bir Rum ve Seferyan isimli bir Ermeni ile birlikte ortak olarak bir şirket kurmuş, fakat şirket yaptığı incelemelerde başarılı olamamıştır. 1898 yılı içerisinde Mürefte ve Şarköy civarında Osmanlı Bankası ve bir Fransız şirketi tarafından açılan kuyularda ise iktisadi değeri olmayan petrolün varlığına rastlanmıştır. 1899 yılında European Petroleum Company namına Londra'dan gelen Adiyaseviç adında bir uzman mıntikanın jeolojik etüdünü yapmıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda "Horadere" adı verilen yerde 1900-1906 yılları arasında birçok sondaj yapılmasına rağmen sadece günde iki ton petrol çıkartılabilmektedir. Verimsiz bu kuyudan yaklaşık olarak toplam 74 ton kadar petrol çıkarıldıktan sonra kuyu terk edilmiş ve böylece Trakya'daki araştırmalar durmuştur (Taşman, 1945:340; Tanoğlu, s.331-332). 1902 ile 1911 yılları arasında tamamı Türk şirketleri tarafından üretilen 135 ton 722 kg ham petrolün değeri yaklaşık 69.000 kuruştur (Ökçün, 1969:864-866). I. Dünya Savaşı'ndan önce Halil Rıfat Paşa kendi uhdesinde olan bölgenin imtiyaz hakkını, Avusturyalı Staislav Mihaliki adında birine satmıştı. 1914 yılına gelindiğinde ise Mürefte bölgesinde petrol arama ruhsatı Amerikalı Lucian İroni Tomas adında birine verilmiş, fakat I. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla Trakya'daki petrol arama faaliyetleri kesintiye uğramıştır (Taşman, 1945:340; Tanoğlu, s. 332; Başa, s. 25-26).



I. Dünya Savaşı sırasında Ruslar, işgal ettikleri Doğu illerimizde petrol araştırmaları yapmışlardı. Rus jeologları, Tercan bölgesinde Mans'ın kuzeyinde Pülk köyünde, Erzurum bölgesinde Pasinler'de (Hasankale) ve Van Gölü'nün doğu çevresinde Muradiye'nin güneyinde Kürzot köyü dolaylarında petrol bulmuşlardı. Ruslar Kürzot adı verilen yerde 15 metre derinliğinde açtıkları beş kuyudan günde bir ton kadar petrol çıkarmışlardı. Burada elde edilen petrolün miktarı Van Gölü'ndeki iki gemiyi işletecek kadar olduğu bilinmektedir (Taşman, 1936: 41; Tanoğlu, s.332-333). 1912'de Kürzot bölgesinde ayandan Müşir Fuat Paşa'ya verilen 363 hektarlık petrol imtiyaz sahası, 1924 yılında bir Fransız şirketine satılmış, fakat şirket 1927 tarihinde Sorbon jeoloji profesörlerinden Leon Bertrand'a bölgede yaptırdığı tetkiklerden sonra işi benimsemeyerek yüzüstü bırakmıştır (Tanoğlu, s.333). 1922 yılına gelindiğinde Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde tetkikler yapmak üzere bir Fransız şirketi tarafından Profesör Grandjean gönderilmişti. Grandjean, beraberinde Esat ve Kenan Beyler olduğu halde; Çımağil, Pulk, Hasankale, Kürzot, Siirt yolu ile Cizre'ye kadar etüt yapmış ve şirket Cizre ile Şırnak dolaylarında 100.000 hektarlık bir saha üzerinde petrol arama ruhsatı istemiştir. Fakat hükümet bu talebe olumlu cevap vermediği gibi, komşu arazide petrol arama teklifinde bulunan Standard Oil şirketinin de teklifini geri çevirmiştir (Taşman, 1949b:17).

Birinci Dünya Savaşı öncesi dönem dikkate alındığında çok büyük sermayeye sahip olan ve uluslararası siyasette de etkilerini iyice hissettiren büyük şirketler, petrol ve petrol sanayi üzerine bir birleri ile kıran kırana mücadeleye başlamışlardı. 1911 yılında Londra'da kurulmuş olan Turkish Petroleum Company'e 1912 yılında Almanlar da katılmıştı. Bu katılımdan sonra şirketin hisselerinin %25'i Deutsche Bank'ın, %20'si National Bank of Turkey'in, %15'i Ernest Cassel'in, %15'i Gulbenkian'ın, %25'i ise Royal Dutch'ın olmuştu (Yurtoğlu, 2017:147). 1914 yılına gelindiğinde başta İngiltere olmak üzere Ernest Cassel ve Gülbenkian'ın gayretleri ile ortaklığa Anglo-Persiyan da katılmıştır. Böylece Turkish Petroleum Company'deki şirket payları; Deutsche Bank (Anatolian Railway) %25, Royal Dutch/Shell (Anglo Sakson Oil Company) %25, Anglo Persian Oil %50 olarak değişmiştir. Bu paylaşımdan anlaşıldığı üzere İngilizler %75, Almanlar %25 paya sahip olurken, Türklerin hiçbir payı yoktu (Sükan Yavuz, 2003a:113). Şirketler ve hükümetler arasında aracılık vazifesini yapan Gülbankyan'a ise kârdan %5 hisse verilmesi kararlaştırılmıştır (Eldem, 1994:237). İngiliz ve Alman ortaklığı ile kurulan Turkish Petroleum Company, Birinci Dünya Savaşı çıkınca Musul'da petrol aramaya başlayamamış ve faaliyetini durdurmak zorunda kalmıştır. Orta Doğu, I. Dünya Savaşı sonrasında önce büyük güçlerin işgaline uğramış ve ardından petrol rezervleri dikkate alınarak emperyalist devletlerin paylaşım alanı haline gelmiştir (Ayhan, 2009:1). I. Dünya Savaşı sonrası 1919 tarihinde yapılan San Remo

Konferansı'nda Turkish Petroleum Company'in hisse oranları; Anglo Persian % 23.75, Royal Deutch Shell % 23.75, Fransız Petrol Şirketi % 23.75, Amerikan % 23.75 ve Gülbenkian'ın hissesi ise % 5 olarak belirlenmiştir (Taşman, 1949b:16). Turkish Petroleum Company adlı şirketin adı sonradan Irak Petroleum Kumpanyası'na dönüştürülmüştür. Bu Kumpanyanın imtiyaz alanı başlangıçta Dicle'nin doğusu iken sonradan bu alanı genişletilerek, Irak petrolünün tamamının bu şirketin eline geçmesine yol açmıştır (Yurtoğlu, s.148).

### **3. CHESTER DEMİRYOLU PROJESİ VE PETROL**

Dünyada ilk demiryolu İngiltere'de Stockton-Darlington arasında yapılmış ve ilk kez 27 Eylül 1825'de işletilmiştir. Kısa süre içinde yayılan demiryolu taşımacılığı; 1830'da Amerika'da, 1832'de Fransa'da ve 1835'de Almanya'da faaliyete geçmiştir (Aydın, 2001:49). Demiryolu devrimini yakından takip eden Osmanlı Devleti, ilk demiryolu inşaatını 1856 yılında gerçekleştirmiştir. Avrupalı sermayenin Osmanlı Devleti topraklarında yapmış oldukları demiryolu hatlarının ortak paydası hiç kuşku yok ki, tamamen kendi kâr merkezli yaklaşımlarıdır. Demiryollarının geçeceği güzergâhlar belirlenirken özellikle nüfus yoğunluğu fazla, toprakları verimli, hammadde kaynakları çok olan ve Avrupa ile kolay ulaşımı olan zengin bölgeler tercih edilmekteydi (Kılavuz, 2012:1036). Sultan Abdülmecid gibi demir yolunun önemini kavrayan Sultan Abdülaziz; *"memleketime demiryolu yapılınsın da, isterse sırtımdan geçsin, razıyım"* diyordu. Gerçekten de Rumeli ve Anadolu vilayetlerini birbirine bağlayacak ve ülkeye giren ve ülkeden çıkan malların intikalini gerçekleştirmek üzere önemli limanların bulunduğu şehirlere dönük hatların yapımına bazen yabancı bazen yerli imkânlarla hız verilmişti (Erdem, 2016:29). Demiryollarının önemini kavrayan II. Abdülhamid ise Avrupalı devletlerin demiryolu projesinden gerçekte ne amaçladıklarını çok iyi bildiğinden, kendi toprakları üzerinde gözü olan bu devletlere karşı daha ihtiyatlı bir politika izliyordu. Bu yüzden II. Abdülhamit, Bağdat Demiryolu projesini diğerlerine oranla daha az tehlikeli gördüğü Almanya'ya vermiştir (Özer, 2010:288).

Osmanlı Devleti'nde Birinci Dünya Savaşı öncesi en fazla yabancı sermaye yatırımının gerçekleştiği sektör olan demiryolları, sağladığı avantajlar (özellikle maden ve petrol yataklarının işletilmesi) açısından savaş sonrası yine Batılı devletlerin ilgi odağı olmuştur. XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Osmanlı Devleti'nde demiryolları sektörüne yatırım yapan ülkeler İngiltere, Fransa ve Almanya iken, XX. yüzyılın başlarında ABD de bu alana el atmıştır (Sükan Yavuz, 2003b:528). 1908 yılında bir Amerikan demiryolu yapım ortaklığı adına iş gören Dr. Glaskow, demiryolu yapımı için Osmanlı Hükümeti'ne başvurmuştu. Zamanla imtiyaz için başvuruların sayısı yediyi bulmuştur. İmtiyazı elde etmek isteyenlerden birisi de Amerikalı Amiral Colby Mitchell Chester idi (Tezel, 1970:289-290). Aslında Chester

Projesi'nin hikâyesi Amerikalı deniz subayı olan Chester'in 1870'li yıllarda Ermeni ayaklanmalarının bastırılması sırasında zarar gören Amerikan mallarının tazminatı ile ilgili İstanbul'u ziyareti ile başlamıştır. Hiçte iç açıcı görülmeyen bu ziyaret sebebine rağmen Chester'in 1900 yılında İstanbul'a geldiğinde, Osmanlı Sarayında gördüğü yakınlık nedeniyle çekişme yerini bir anda dostluğa bırakmıştır (Can, 2001: 175). Bu dostluğu kullanan ve Amerikan Hükümeti'nin de desteğini alan Chester, 1909 yılında Nafia Vekâleti ile ön sözleşme imzalamıştı. Chester'in kurduğu The Ottoman-American Development Company (OADC) tarafından, Anadolu'da ve Musul, Kerkük, Süleymaniye bölgesinde toplam 4400 km'ye yakın bir demiryolu şebekesi ve kıyılarda üç liman yapılması planlanmıştır. Buna karşılık şirket, inşa edilecek yollar çevresindeki toplam 40 kilometrelik alana rastlayan yerlerde bulunacak petrol dâhil bütün madenleri 99 yıllığına işletme imtiyazına sahip olacaktı. Fakat proje Meclis-i Mebusan tarafından zaman sıkışıklığı bahane edilerek sonraya bırakılmış; bu arada kendi iç sorunları ile uğraşan şirket, Trablusgarp Savaşı'nı bahane ederek yatırdığı teminatı geri almıştır (Sükan Yavuz, 2003b:530-531).

Amiral Colby M. Chester, I. Dünya Savaşı sonrasında değişen Osmanlı coğrafyasına rağmen demiryolu projesini hayata geçirmekten vazgeçmemiştir. Chester'in kurduğu Delaware de Ottoman American Development Company (OADC), Ankara Hükümetinin kurulmasından sonra teşebbüsünü Ankara Hükümeti nezdinde gerçekleştirmiştir. Ankara Hükümeti de, ileride toplanacak bir konferansta Avrupalı devletlerin ekonomik ve ticari bir takım taleplerle karşılıklarına çıkması ihtimali ve bu durum karşısında ABD'nin desteğini almak için Chester Projesi'nin canlanmasına ve Musul petrolünün ABD tarafından işletilmesine sıcak bakmıştır (Kılavuz, s.1039). Bir ortaklık şirketi olan OADC, I. Dünya Savaşı'ndan önce ön sözleşmesini yapılmış olan ayrıcalığı yeniden istediğini TBMM Hükümetine bildirmiştir. Bu talep üzerine ortaklık ile Nafia Vekâleti arasında pazarlıklar başlamış ve hazırlanan yeni sözleşmeler, Meclis komisyonlarınca yapılan bir takım değişikliklerden sonra, 8 Nisan 1923'de Mecliste görüşülmüştür (Tezel, s.294). Meclisteki görüşmeler esnasında bazı milletvekilleri projeyi desteklerken; bazıları da projeye karşı çıkmışlar, ya da projenin bazı kısımlarını eleştirmişlerdi. Kanun tasarısı hakkında söz alan Nafia Vekili Feyzi Bey, memleketin büyük bir kısmını ihtiva eden Anadolu Şarki Demiryollarının kırk iki vilayetten geçtiğini, projenin gerçekleşmesi ile halkın öteden beri arzularının yerine getirileceğini söylemiştir. Ayrıca proje sayesinde halkın 25 gün at üzerinde seyahat etmelerinin önüne geçileceğini ve halkın en mühim dertlerinin çözülmüş olacağını belirtmiştir (TBMM Zabıt Ceridesi, I. Devre, C. 28, 1961:482). Proje hakkında söz alan Bolu Milletvekili Tunalı Hilmi Bey, demiryolu projesinin kendisinden ziyade imtiyaz hakkının 99 seneliğine verilmesini eleştirerek, ulaşım vasıtalarının hızla değiştiğini

hatta bazı ülkeleri örnek vererek ulaşımın artık hava yolu ile yapılmaya başlandığını açıklamıştır. Ayrıca şirketin ihtiyacı olan kömürün Zonguldak'tan değil de, ithalat yolu ile karşılanmak istenmesine de bir anlam veremediğini belirtmiştir (TBMM Zabıt Ceridesi, I. Devre, C. 28, s. 498). İcra Vekiller Heyeti Reisi Rauf Bey ise projenin önemini Sakarya Savaşı'ndan bahsederek, savaşın ağır faturasını bir nevi ulaşım ağının yetersizliğine şu sözleriyle bağlamıştır; *“Sakarya Harbi zamanında burada idiniz. Gözünüzle ve gözümüzle gördük, aynı hâdiseye maruz kaldık. Kocası, kardeşi harpte düşmanla pençeleşirken, o mübarek hemşirelerimiz, o aziz analarımız da kağıt peşinde onlara cephane ve silâh götürmeye mecbur oldular. Kaç tanesi şehit oldu biliyor musunuz? Bunlar, 50 bin lira teminat akçesiyle, 300 milyon ton bakırla mukayese edilebilir mi? Arkadaşlar! Bu millet bu işin ihmali yüzünden bir daha bu gibi cefalara tahammül eder mi?(TBMM Zabıt Ceridesi, I. Devre, C. 28, s. 491).”*

Ayrıca projenin kendi sermayemizle yapılması gerektiği eleştirilerine cevap olarak Rauf Bey; *“...Biz bu hatları kendi sermayemizle kendimiz yapamayız. Bu hakikati bilmeye ve itiraf etmeye mecburuz. İnşallah bu şebeke üzerinde çalışan evlâdı vatan, yetişecek mühendisler, bilhassa yetişecek müteşebbisler bundan sonraki hududu inşa edebileceklerdir. Çünkü milletimizin her millet kadar kudret ve istidadı vardır, kabiliyeti vardır. Fakat tabii istidat ve kabiliyet kâfi değildir. Görmek, öğrenmek ve yaparak bilmek lâzımdır”* diyerek, ülkede böyle bir işi üzerine alacak eleman eksikliğine dikkat çekmişti. Ayrıca Rauf Bey, ülkede bu tarz inşaatların az olan yerli sermaye ile yapılmasının son derece zor olduğunu, bu mesele ile ilgili çare olarak mutlaka ecnebi sermayesinin sağlanması gerektiğini vurgulamıştır (Özüçetin ve Altay, 2013:1217).

Meclis'te olumlu ve olumsuz tartışmalara sebep olan “Şarki Anadolu Demiryollarına Dair Kanun Layihası” 8 Nisan tarihli oturumda yapılan oylamada, 58 mebusun 141'inin olumlu oyunu almasına rağmen yeterli oy çoğunluğu sağlanamamasından dolayı bir sonraki güne bırakılmıştır (TBMM Zabıt Ceridesi, I. Devre, C. 28, s.515). 9 Nisan 1923 tarihinde yapılan 206 mebusun katıldığı ikinci oylamada ise “Şarki Anadolu Demiryollarına Dair” 327 sayılı Kanun; 185 kabul, 11 ret ve 10 çekimser oy kullanılması sonucunda yeter çoğunlukla kabul edilmiş ve ortaklığın projesi onaylanmıştır (Tezel, s.294). Kanunun kabul edilmesi ile Chester Grubu'nun rüyası gerçekleşmiş, sıra proje sayesinde Türkiye'nin tatlı rüyası olan “Küçük Amerika” olma hayalinin gerçekleşmesine gelmişti (Can, 2001:181). Bu anlaşmaya göre Türkiye'nin doğusunu Musul ve Kerkük bölgesini Akdeniz ve Karadeniz'e bağlayan 4400 kilometrelik bir demiryolu inşası ile üç limanın tesisinin yapımı bu şirkete verilmişti. Şirkete demiryolu hattı üzerindeki 40 kilometrelik şeritler içinde kalan petrol ve diğer değerli madenlerin işletme hakkı 99 yıl içindi. Kurul ayrıca vergi muafiyetinden ve diğer özel

kolaylıklardan istifade edecekti (Özüçetin ve Altay, s.1221; Tezel, s.294-295). Buna karşın şirket demiryollarından, limanlardan ve maden işletmelerinden sağlayacakları net kârdan Türk hükümetine bir pay ödeyecekti. Şöyle ki, bu işletmelerin gayri safi gelirlerinden; önce işletme genel giderleri, daha sonra tahvillerin yıllık faiz ve söndürme akçeleri, daha sonra pay senetleri sahiplerine ayrılacak %12'lik kazanç çıkarıldıktan sonra, geri kalanın %30'unu ortaklık hükümete ödeyecekti (Tezel, s.302-303). Chester Projesi olarak adlandırılan ve TBMM tarafından 9 Nisan 1923 tarihinde onaylanan demiryolu yapımı ve yeraltı kaynaklarının işletilmesiyle ilgili anlaşmanın içerdiği hatlar şunlardı:

1. Sivas-Harpur-Ergani-Diyarbakır-Bitlis-Van (Van Gölü'nün güneyinden veya kuzeyinden)
2. Harpur-Yumurtalık
3. (Diyarbakır-Bitlis hattının bir noktasından başlayarak) Musul-Kerkük-Süleymaniye
4. Samsun-Havza-Amasya-Zile-Sivas
5. Musaköy (Dördüncü hat üzerinde)-Ankara
6. Çaltı (Birinci hat üzerinde)-Erzurum-Doğu Beyazıt (İran sınırı)
7. Pikriç veya Aşkale (Altıncı hat üzerinde)- Karadeniz kıyısı (muhtemelen Trabzon)
8. Hacı Şefahtli (Beşinci hat üzerinde)-Kayseri-Ulukışla

Ayrıca şirket ve Nafia Vekâleti yeni hatların aynı koşullarda yapımı için ileride anlaşabileceklerdi. Şirketin inşa ettiği hatlardan çıkararak yapılacak tüm yan hatlar için de şirketin önceliği söz konusuydu. İmtiyaz sahibi şirket tarafından inşa edilmesi öngörülen limanlar ise; biri Samsun'da olmak üzere Karadeniz kıyısında iki liman, ayrıca inşaat maliyetinin Şirket tarafından karşılanacağı Akdeniz kıyısında Yumurtalık'ta bir limandı. Ek anlaşmaya göre, Samsun-Sivas hattının inşasına başlanmasına öncelik verilecekti (Can, 2000:268; Sükan Yavuz, 2003b: 547-548).

Amerikalıların asıl hedefi birçok madenin işletme imtiyazının yanında, hattın mücavir alanı içinde kalan Musul petroleri idi. Demiryolu güzergâhları ve üzerindeki tesislerin arazisi Türk hükümetince kamulaştırılıp, bedelsiz olarak Osmanlı Amerikan Kalkınma Şirketi'ne devredilecekti. Aynı şekilde inşaatta kullanılacak ham malzeme için de ocaklar ve ormanlar bedelsiz kullanılacak, ithal malzeme için hiçbir vergi ödenmeyecekti. Bu projeye ilk muhalefet İngiltere ve Fransa'dan gelmiştir. İngiltere Musul petroleri ve Samsun limanı, Fransa ise 1914 yılında yarım bırakmak zorunda kaldığı Samsun-Sivas demiryolu ile ilgili imtiyazların ihlal edildiğini öne sürmekteydiler. Hükümet ise Osmanlı Dönemi'ne ait ayrıcalıkları tanımayacaklarını göstermek için bu itirazlara kulak asmamıştır (Aydın, s.67). TBMM'nin Chester Projesini onaylaması, Türkiye'de genellikle büyük bir heyecan ve coşku ile

karşılanmasına rağmen, proje Türkiye’de gördüğü ilgiyi ABD’de görmemiştir (Sükan Yavuz, 2003b:548 ). Amerika da yeni sermayeyi bulamayan şirket bir türlü etüt ve yapım işine başlayamamıştır. Ankara Hükümeti’nin şirketi projeyi uygulaması için göreve çağırmasına rağmen şirketin iç işlerinde anlaşmazlığa düşmesi projenin hayata geçirilmesine engel olmuştur (Can, 2001:182).

Lozan’da Musul sorunu çözülememiş ve sorunun çözümü, 24 Temmuz 1923 tarihinde imzalanan Lozan Barış Antlaşması’nın 3. maddesiyle, dokuz ay içinde bir sonuca ulaştırılmak koşuluyla Türkiye ile İngiltere arasındaki ikili görüşmelere bırakılmıştı (Sükan Yavuz, 2003b:551). 19 Kasım 1923 tarihinde Chester gurubunun imtiyazının fesh edilip edilmediğini Kayseri Mebusu Ahmet Hamdi Bey Mecliste gündeme getirince; Nafia Vekili Ahmet Muhtar Bey, kendisinin de bu projeden ümidini kestiğini, hükümetin 25 Kasım 1923 tarihine kadar şirkete süre tanıdığını ve mukavelenin büyük bir ihtimalle uygulanmayacağını ifade etmiştir (Çakan, 1999:296). TBMM Hükümeti’nin anlaşmayı fesh edeceğini öğrenen Kennedy, Sivas-Samsun hattının yapımına başlayarak anlaşmanın devamına çalıştıysa da, ABD Dışişleri Bakanlığının hiçbir Amerikan şirketinin bu hat için kredi vermeyeceğini açıklamasından sonra bir süre daha bekleyen TBMM Hükümeti, 18 Aralık 1923’te anlaşmayı feshetmiştir (Sükan Yavuz, 2003b:552).

Lozan’da çözülemeyen Musul sorunu, Ağustos 1924’te Milletler Cemiyeti’ne götürüldü. Milletler Cemiyeti Meclisi, 16 Aralık 1925 tarihinde üçlü komisyonun raporunu benimseyen, yani Bürüksel Hattı’nın güneyindeki toprakların Irak’a bağlanmasını kabul eden kararı almıştı. Böylece Musul bölgesi İngiltere’nin mandası altındaki Irak’a bırakılmış oluyordu. Türkiye bu kararı tanımamak için çok direnmesine rağmen 5 Haziran 1926’da Ankara’da Türkiye, İngiltere ve Irak Hükümetleri arasında, “Sınır ve İyi Komşuluk Antlaşması” imzalanmıştır. Bu antlaşmanın 14. Maddesi gereğince; Irak Hükümeti, Antlaşmanın yürürlüğe girmesinden başlayarak elde edeceği petrol gelirin %10’unu Türkiye Hükümeti’ne ödeyecekti. Aynı gün Antlaşmanın 14. Maddesine ek hüküm getirilmiştir. Ek hükme göre Antlaşmanın yürürlüğe girmesinden başlayarak 12 ay içinde Türkiye Hükümeti, %10’luk payını sermayeye çevirmek istediği takdirde, Irak Hükümeti’ne haber verecek; Irak Hükümeti de 30 gün içinde bu maddenin yerini almak üzere, Türkiye’ye 500.000 İngiliz lirası ödeyecekti (Kürkçüoğlu, 2006:363, 388-389). Büyük Millet Meclisinin 7 Haziran 1926’da Ankara Antlaşmasını onaylaması ile Türkiye’nin Musul Vilayetiyle ilgili hakları hukuken sona ermiştir. Buradan hareketle elbette Musul ve petrolün Lozan’da yitirildiği sonucuna varılamaz. Cumhuriyeti kuranlar Musul’u ve petrolü geri almasalar da, petrol “royalty”sinin yüzde 10’unu elde etmişlerdi (Uluğbay, s.267-268).

Türkiye Lozan'da Musul konusunda kesin bir sonuç elde edemeyince, Irak petrollerini Chester grubunun değil, "Standard Oil" çevresindeki Amerikan çıkarlarının da katılımıyla bir İngiliz-Fransız-Amerikan ortaklığı haline gelen The Turkish Petroleum Company'in denetimine bırakılmıştır (Tezel, s.315-316). TBMM hükümetinin destekleyerek hayata geçirmek istediği, Chester başta olmak üzere bir grup müteşebbis Amerikalının büyük mücadele verdiği demiryolu projesi; Amerika'daki sermaye çevrelerinin ilgisinin yetersizliği sonucu ortaya çıkan sermaye eksikliği yüzünden sadece tatlı bir hayal olarak kalmıştır. Hayata geçirilemeyen Chester Projesi, Türk tarafını aslında sadece petrol açısından ilgilendirmiyor, hatta demiryolu açısından belki de daha fazla ilgilendiriyordu (Demirer, 2010:31-32).

#### 4. CUMHURİYETİN İLK YILLARINDA TÜRKİYE'DE PETROL FAALİYETLERİ (1923-1935)

Cumhuriyetin ilk yıllarında petrolün aranması ve bulunduğundan sonra çıkarılması yeterli bilgi ve tecrübenin yanı sıra teknoloji ve sermaye gerektirdiği için önemli adımlar atılamamış; ilk başlarda Chester Projesi'nde olduğu gibi yabancı şirketlere imtiyaz verilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasi ve ekonomik bağımsızlık mücadelesini verdiği dönemlerde, devletin temel düsturunun artık kendi imkânları ile petrol aramalarının yapılması ve işletilmesi konusunda yoğunlaştığı görülmektedir (Demir, 1982:210-211). Bu doğrultuda atılan ilk adımlardan birisi Romanya Petrol Kanunu'ndan esinlenerek hazırlanan ve 22 maddeden oluşan 792 sayılı Petrol Kanunu idi (Resmî gazete, 6 Nisan 1926, s.1247-1249). 24 Mart 1926 tarihinde çıkarılan kanun ile ilgili olarak mecliste konuşan Ticaret Vekili Ali Cenani Bey, petrolün memleketin en mühim ihtiyaç duyduğu maddelerden olduğunu; Van, Rize, Erzurum, Boyabat, Trakya'da (Mürefte ve Şarköy) petrol sızmaları olduğunu ve Antalya'da da gaz belirtilerinin olduğunu söylemiştir. Vekilin konuşmasından devletin en fazla ümit bağladığı yerin Erzurum'da Hasankale olduğu, Şark vilayetlerinde henüz kapsamlı bir araştırmanın yapılmadığı anlaşılmaktadır (TBMM Zabıt Ceridesi, 2. Dönem, C. 23, s.322-324).

Romanya petrol kanunundan esinlenilerek çıkarılan 792 sayılı Kanun'un birinci maddesinden anlaşıldığı üzere, Türkiye hududu dâhilindeki bilcümle arazide bitüm ve petrol ve müştakkatı tabiyesi madenlerinin taharri ve işletilmesi hakkı Maadin Kanunu ahkâmına tabi olmak kaydıyla hükümete verilmişti. Kanunun ikinci maddesine göre ise hükümet, bu hakkı bizzat kullanır ya da şirket veya şirketlere devredebilirdi (Resmî gazete, 6 Nisan 1926, s.1247; TBMM Zabıt Ceridesi, 2. Dönem, C.23, s.321, 328). Kanun ile petrol arama ve işletme hakları ile ilgili düzenlemelerin yapılmasına rağmen, petrolün nakliyatı ve rafine edilmesi konularına

yer verilmemesi kanunun eksik yanları olarak görülebilir (Akalin ve Tüfekçi, 2014:55). Kanunun diğer önemli düzenlemeleri ise özetle şöyleydi:

-Keşif ve jeolojik araştırma ruhsat süresi bir sene, taharri (arama) ruhsat süresi 6 sene ile sınırlandırılmıştır.

-100 hektarlık her bir arama sahasında 2 sene zarfında 300 metre derinliğe erişecek şekilde 1 sondaj icra etmek ve 6 senenin sonunda üç ayrı arama sahasında toplam 900 metreye ulaşmış 3 sondaj icra etmiş olmak şart koşulmuştur. 2 senede bir 300 metre arama sondajı açılmaması halinde sondaj yapılmayan arazi üzerindeki haklar kaybedileceği, 2 senenin sonunda 300 metreden fazla sondaja devam edilmek istenmesi halinde her 150 metre için arama süresinin 1 sene uzatılacağı belirtilmiştir.

-100 Hektarlık sahada işletilebilecek petrole rastlanması halinde, sahanın 25 hektarının işletme hakkının 30 sene süre ile arayıcılara verilmesi, 75 hektarlık alanın işletme hakkının devlete intikal etmesi öngörülmüştür.

-Kuyuların üretim miktarına göre değişmek üzere devlet hissesi oranları belirlenmiştir. Devlet hissesi oranları %3 ile %20 arasında değişmektedir (Kökyay, s.69).

Cumhuriyetin ilk yıllarında petrol çalışmalarına önem verildiğinin belki de en güzel örneğini 792 sayılı Petrol Kanunu teşkil etmektedir. Türkiye'nin yakın bölgelerinde zengin petrol yataklarının bulunması, Türkiye'nin iştahını kabartmış ve konuya gereken önemin verilmesini sağlamıştır. Bu iyi niyetli çalışmalara rağmen kanunla petrol konusunda alınacak kararlar hükümete bırakılmasına rağmen, bu işi organize edecek bir kuruluşun olmaması istenilen neticelerin alınmasını engellemiştir. Diğer taraftan petrol arama ve işletilmesinin büyük sermaye gerektirmesi de büyük bir sorun teşkil etmiştir. Hükümet bu sorunun üstesinden gelebilmek amacıyla Türkiye'de petrol ve madenlerin tespiti ve işletilmesi amacıyla gerekli sermayenin temini için 9 Mart 1927 tarihinde bir kararname çıkararak bu görevi Türkiye İş Bankasına vermiştir (Özer, 2014:364; Haykır ve Demir, 2017:255).

1927 yılında Sorbon Üniversitesi Jeoloji Profesörü L. Bertrand beraberinde Hamit Nafiz ve Melik Beyler olduğu halde Emil Mayen hesabına Kürzot çevresini tetkik etmiştir. Emil Mayen, Kürzot imtiyazını petrol kanunundan önce 1924 yılında Fuat Paşa'dan satın almıştı. İmtiyazı idame ettirmek için 1928'de Kemal Lokman, Kürzot bölgesinde bazı araştırmalar yapmışsa da Bertrand raporu, burada ciddî bir petrol araştırmasına müsait olmadığını tespit etmişti (Taşman, 1949b:18). Kürzot bölgesi imtiyazını alan Fransız Emil Mayen'in petrol madenini işletmemesinden dolayı 1932 yılında imtiyazın feshine karar verilmiş, fakat Şuray-ı Devlet Maliye ve Nafia dairelerinin raporları üzerine 9.1.1933'te bu fesih kararından



vazgeçilmişti (BCA, 030.18.1.33.3.17). Ancak şirketin işi yüz üstü bırakması üzerine imtiyaz 25.6.1937 tarihinde feshedilmiştir (Taşman, 1949b:18).

1928 yılında Maden Mühendisi Bekir Vehbi Ergene, Çımagil (Bayburt) bölgesinde tetkiklerde bulunmuş fakat olumlu bir netice alınamamıştır (Lokman, 1969:226). Yine aynı yıl Amerika'da Pittsburgh Pennsylvania'da Hunleyand Huntley Müşavir Jologluk Firması için ve muhtemelen Standard Oil hesabına, Shirley Mason isimindeki petrol jeologu Türkiye'ye gelerek Mürefte, Boyabat ve Mardin-Cizre mıntıkları üzerine esaslı jeolojik incelemelerde bulunmuştur. Mason, gezdiği mıntıkanın petrol ihtimallerine temas ederek bir miktar petrol bulunması muhtemel ise de ecnebi sermayesinin buralarda beklenmesi icap eden kârı temin edemeyeceği sonucuna varmıştır (Taşman, 1949b:18).

1929 yılında Dr. Lucius ve Kemal Lokman tarafından Bolu bitümlü şistleri ile İnegöl asfalt zuhuru tetkik ve etüt edilmiştir. Kemal Lokman, Türkiye'de 11 il hudutları dâhilinde petrol emareleri varken; bunları değerlendirmeyip, bunlardan fazla masraflı ve sürümü daha az bir madenin işletilmesini doğru bulmamıştır. Yine aynı yıl içinde Harbol (Harbol, Türkiye'nin güneydoğusunda Irak sınırına yakın bir köydür. Bkz. Taşman, 1946:50)-Şırnak-Cizre bölgesi, Dr. Lucius ve Maden Yüksek Mühendisi Hadi Yener tarafından etüt ve tetkik edilmiştir. Tetkikler sonucunda bölgenin 60 km uzunlukta bir sahayı kapsayan derinliklerinde petrolün mevcut olabileceğini gösteren emarelere rastlanmış, oldukça mühim yatakların olabileceği ve petrol için en çok bu saha üzerinde çalışılması gerektiği rapor edilmiştir (Lokman, s.227). 1929 sonbaharında Cevat Eyüp Taşman, Dr. Lucius ile Kemal Lokman Mürefte, 1930 yılında yine bu şahıslar Finike asfaltlarını, Çıralı yer gazı tezahürünü, Mardin-Cizre-Simak-Harbol bölgelerini; daha sonra ise Mapavri (Rize), Çımagil (Bayburt), Hasankale, Katranlı, Divanı Hüseyin, Neftik, Pulk petrol tezahürlerini incelemişlerdir (Taşman, 1949b:18). 1932 yılında Petenekoff adında bir Sırp mühendisin Nizamettin Şevki adına Pulk (Tercan) da, 1933'te Ekinveren (Boyabat) de incelemeler yapmış; 1934 ve 1935 yıllarında bir miktar petrol elde etmiştir. 1933 yılında Dr. Lucius, Hadi Yener ve Kemal Lokman'dan müteşekkil bir uzman heyeti, Ankara'da Çorba-Pazar Bucağı civarındaki petrol sızıntısını incelemelerine rağmen olumsuz netice almıştır (Yurtoğlu, s.149-150).

1926 tarih ve 792 sayılı Petrol Kanunu'ndan 1933 yılına kadar geçen dönemde çok iyi niyetlerle tetkikler yapılmasına rağmen bir türlü kanundan istenilen neticeler alınamamıştır. 20 Mayıs 1933 tarihine gelindiğinde petrol aranması ve çıkarılmasında gerekli adımları atmak için hükümet tarafından bu konularla vazifelendirilecek bir kuruluşun önünü açan 2189 sayılı Kanun çıkarılmıştı. Bu kanunun birinci maddesine göre Türkiye dâhilinde altın ve petrol ve bunlarla beraber çıkacak diğer madenleri aramak ve arama neticeleri elverişli olursa bu

madenleri işletmek üzere ticarî maksatla İktisat Vekâletine bağlı ve İktisat Vekâletinin teftiş ve denetimi altında hükmî şahsiyetli “Altın ve Petrol Arama ve İşletme İdareleri” kurulmuştur. Üçüncü maddeden anlaşıldığına göre bu idareler birbirinden ayrı iki şahsiyettir (TBMM Zabıt Ceridesi, IV. Dönem, C. 15, 1933:211; Resmî gazete, Kanun No: 2189, S. 2411, 27 Mayıs 1933:2508). Petrol Arama ve İşletme İdaresi’nin başına 29.05.1933 tarihinde çıkarılan 14479 sayılı Kararname ile daha önce birçok yerde petrol araştırmalarında görev alan Cevat Eyüp Taşman, İktisat Vekâleti’nin teklifi üzerine ayda 800 lira maaşla atanmıştır (BCA, 30.18.2.36.40.20). Kendisine ABD’de çok yüksek maaşlar teklif edilmesine rağmen Taşman, hükümetin teklifi üzerine hiç düşünmeden yurda dönmüştür. Petrol Arama ve İşletme İdaresi, müdür Taşman ile birlikte Muhittin Akkaya (muhasibeci) ve Sidney Paige (danışman jeolog) olmak üzere üç kişiden oluşmaktaydı (Özcan, 2006:3).

Cevat Eyüp Taşman’ın Petrol Arama ve İşletme İdaresi’nin başına atanmasından sonra bu idare hızla bir şekilde petrol aramalarına başlamıştır. Taşman’a Mühendis İhsan Ruhi Bey, Amerikalı Mühendis William Woodson ve Jeolog Harold Moses’in katılımıyla, bu heyet Mardin iline bağlı Midyat ilçesinin Basbirin bucağında Türkiye’nin ilk petrol kuyusunu açmak için sondaj çalışmalarına başlamıştır. 13 Ekim 1934’te başlayan bu sondaj çalışmalarında 44.000 liraya satın alınmış olan ikinci el bir makine kullanılmıştı. Türkiye’nin ilk petrol arama kuyusu olan “Babirin-1 Kuyusu” sondajı çalışmalarını başta İktisat Vekili Celal Bey (Bayar) olmak üzere, Yüksek Mühendis Abdullah Hüsrev Bey (Guleman) ve Jeolog Profesör Bartel Granigg de takip etmiştir. Ne yazık ki bu sondaj çalışması petrol belirtilerine rastlanmadan, 1351 metre derinlikte iken 15 Haziran 1936 tarihinde bitirilmiştir. Sondaj Makineleri ise Gercüş’ün Hermis Köyü civarına nakledilmişti. Bu bölgede yapılan tetkiklerde iyi neticeler alınamamasına rağmen, bölgenin Bahreyn Adası kuyuları ile olan benzerlikleri Türkiye’nin petrol ihtiyacının buradan karşılanabileceğini, hatta ülkenin petrol ihracı bile yapabileceği tezini güçlendirmiştir (Taşman, 1949b:18; Lokman, s.229-236; Taşman, 1938:69-70; Cumhuriyet gazetesi, 14 Ekim 1934, s.3 ).

Türkiye’nin sanayileşmesinde olduğu gibi petrol konusunda da önemli kararların alındığı I. Sanayi Planı, 1934 yılında yürürlüğe konmuştu. Aslında I. Sanayi Planı, Alî İktisat Meclisi’nin ödemeler dengesi açığını kapatmak ve sanayileşmeyi hızlandırmak için hazırlanmış olduğu bir “İktisadi Rapor” ile başlamıştır (Tezel, 2015:351). I. Sanayi Planına göre petrol bulunmasına müsait bölgenin Mardin-Cizre-Siirt üçgeni içerisine isabet eden alan olduğu anlaşılmaktadır. Planda, öncelikli olarak petrol aramaları yapılması, bulunamazsa bitümlü şistlerin tetkik edilmesi, yine olumlu sonuç alınamazsa maden kömürleri ve linyitlere

başvurulması gerektiği vurgulanmıştır. İkinci Sanayi Planı'nda ise petrol hususu ile ilgili olarak petrol rafinerisi ve sentetik benzin sanayi konuları yer almıştır (Elmacı, 2013:169-171).

Amerika Jeoloji Tetkikat Bürosu tarafından yapılan hesaplamalara göre İran, Türkiye ve Musul'da petrol rezervinin 5.820.000.000 varil olduğu tahmin edilmekteydi. Ayrıca bu yerlerde 775 milyon ton petrol rezervi bulunduğu ve bu rezervin de yaklaşık olarak 250 milyon tonunun Türkiye'de olduğu belirtilmiştir. Bu rakamlar gerçekleştiği takdirde her sene bir milyon ton petrol üretimi yapılacak ve sonuç olarak 250 senelik petrol üretimi sağlanmış olacaktır (Lokman, 1929:17). Türkiye'nin petrol rezervleri ile ilgili çok olumlu görüşlere rağmen Cumhuriyetin ilk on yılı içinde toplam 830.000 ton civarında petrol ürünü ithal edilmiş ve 71.347.822 Türk Lirası harcanmıştır. İthalat yolu ile karşılanan petrol ürünleri ülkenin dış ticaret açığının %19'unu, toplam ithalatın ise %4'ünü oluşturmaktaydı (Lokman, 1933:81; Demirbilek, 2012:219).

### **5. DEMOKRAT PARTİ İKTİDARINA KADAR TÜRKİYE'DE PETROL FAALİYETLERİ (1935-1950)**

İktisat Vekâleti'ne bağlı ve İktisat Vekâleti'nin teftiş ve kontrolü altında çalışmalarına başlayan Petrol Arama ve İşletme İdaresi, yetişmiş personel yetersizliği ve petrol sondajlarında gerekli olan teknolojiye sahip olmaması gibi nedenlerden dolayı, idarenin iyi niyetli çalışmalarına rağmen verimli bir sonuca ulaşamamıştı. Türkiye'nin madencilik alanında ihtiyaç duyduğu sıçramayı yapabilmek için İktisat Vekâleti yeni bir kanun tasarısı hazırlamış ve bu tasarı İcra Vekiller Heyeti tarafından da kabul edilerek, 6 Haziran 1935 tarihinde Meclis'e arzı kararlaştırılmıştı. Meclis'te yapılan görüşmelerden sonra 14 Haziran 1935 tarih ve 2804 sayılı Kanun ile "Maden Tetkik Arama Enstitüsü" kurulmuştur. 26 maddeden oluşan kanunun ikinci maddesinden anlaşıldığı üzere, memleket dâhilinde aramaların yapılması, jeolojik tetkikler, fenni tecrübeler yapmak, haritalar çıkarmak gibi bütün teknik ve ilmi işleri görmek; memleketin madenlerinde ve maden sanayiinde çalışacak Türk mühendis, fen memuru, ustabaşı ve nitelikli işçi yetiştirmek, Maden Tetkik Arama Enstitüsü'nün görevleri arasında sayılmıştır. Yine 2804 sayılı Kanun'un 24 maddesine göre "Altın ve Petrol Arama ve İşletme İdareleri" lağvedilmiş ve idarenin bütün hakları, borçları ve mevcutları MTA Enstitüsü'ne geçmiştir (Resmî gazete, Kanun No: 2804, 22 Haziran 1935:5378-5380; TBMM Zabıt Ceridesi, V.Dönem, C.4,1935:210-214).

MTA Enstitüsü'nün kuruluşundan sonra Türkiye'de yerli ve yabancı uzmanlar tarafından özellikle Trakya, Güney Anadolu'da (Adana-Hatay) ve Güneydoğu Anadolu bölgesi olmak üzere üç alanda araştırmalar başlatılmıştır. MTA Enstitüsü tarafından Trakya'da

başlatılan araştırmalar, daha önce burada yapılan araştırmalar gibi olumlu sonuç vermemiştir. Bu bölgede ilk defa 1935 yılında Hoşköy civarında neticesiz kalan 4 küçük sondaj yapılmıştır (Tanoğlu, s.334). Mürefte bölgesini 14.5.1936 tarihinde tetkik eden Tekirdağ Valisi Haşım İşcan'ın Dâhiliye Vekâletine gönderdiği 26.6.1936 tarih ve 458 sayılı şifre yazısından anlaşıldığına göre Mürefte'nin 4 km şimali garbisinde (kuzeybatı) bir kuyu açılmıştır. Kuyudan ilk gün 80.000 metre küp gaz çıkmıştır. Yeterli aletlerin bulunmaması üzerine çıkabilecek olası bir tehlikeye mahal verilmemesi için çalışmalar durdurulmuştur. (BCA, 30.10.182.255.5.8-11). Trakya Mürefte'de 1936-1937 yılları arasında yapılan 6 sondajdan olumlu bir sonuç alınamamıştır (Tanoğlu, s.334; Taşman, 1936a:18-19).

Sahada petrol araştırmaları hızla devam ederken devlet ricali bu araştırmaları yakından takip etmekteydi. 1 Kasım 1937 tarihinde Celal Bayar tarafından kurulan hükümetin programı 8 Kasım 1937'de meclis kürsüsünden okunmuştu. Celal Bayar, hükümet programında petrol konusuna da değinerek şunları söylemiştir; “...Petrol arama mevzuuna gelince: memleketimizde şimdiye kadar yapılan aramalar her ne kadar hemen işletmeye geçmeyi muhik (haklı) kılacak bir netice vermemişse de petrolcülük bakımından kuvvetli addedilebilecek emarelere tesadüf edilmiştir. Sondaj yapılan sahalarda maada (dışında) Mardin vilayetinde, Adana'da, Trakya'da ve Van civarında on kadar diğer bazı müsait strüktürlerin (tabakalanma) mevcudiyeti tespit edilmiş bulunmaktadır. Bu sahalarda esaslı sondaj ameliyeleri yapılmadıkça mühim petrol hazineleri bulunup bulunmadığı hakkında doğru bir fikir sahibi olabilmemize maddi imkân yoktur. Binaenaleyh, tesadüf ihtimallerini arttırmak ve taharri müddetini kısaltmak için sondajları çoğaltmak ve Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü'nün teçhizatını ve elemanlarını ona göre takviye etmek lâzım gelmektedir (Öztürk, 1968:193-194; TBMM Zabıt Ceridesi, V.Dönem, C.20, 1937:27).”

İkinci Dünya Savaşı dolayısı ile durduruluncaya kadar Hayrabolu (Kabahöyük) bölgesinde 1938-1939 yıllarında 371 metre derinliğe kadar inen çalışmalarda petrol emarelerine rastlanmasına rağmen istenilen neticeler alınamamıştır. 1937 yılında MTA eskiden beri petrol araştırmaları yapılan Van bölgesinin Kürzot civarında modern usullerle petrol aranması için bir program hazırlamıştı. Toplam 350 metre uzunluğundaki galerilerin açıldığı çalışmalar; 1937, 1938, 1943 ve 1945 yaz mevsimlerinde tekrar edildi. Kerim Temel, Nebil Ezgü, Mazlum Angın ve Kemal Lokman tarafından sürdürülen bu çalışmalarda yaklaşık 4,5 ton civarında petrol elde edilmiştir. Bu petrolerin hepsi Van Gölü'nde çalışan küçük vapurların dizel motorlarında yakılmak üzere Tuğda Göl İşletmesine sevk ve teslim edilmiştir. Neticede bu madenin, ticarî ve iktisadi bakımdan büyük ölçüde petrol üretimine elverişli olmadığı anlaşılması üzerine arama çalışmaları durdurulmuştur (Taşman, 1949b:22; Lokman, 1946:96).

MTA Enstitüsü'nün petrol arama çalışmalarında bulunduğu ikinci bölge Güney Anadolu'da Adana havzası olmuştur. Bu bölgede ilk sondaj Adana'nın 20 kilometre kadar Kuzeydoğusunda Hocalı Köyü civarında yapılmıştır. Hocalı-4 sondajında 3.541 metre derinliğe kadar ulaşılmamasına rağmen petrol bulunamamıştır (Tanoğlu, s.334). Hatay'ın anavatana katılmasından sonra bu bölgede 1940 yılında jeolojik ve jeofizik incelemeler Ericson tarafından yapılmıştır. İncelemeler sonucunda Arsuz İlçesi sınırları içerisinde bulunan Ekber Köyü civarında 430 ve 361 metre derinliğe varan iki kuyu açılmasına rağmen bir sonuç alınamamıştır. 1944 ve 1945 yıllarında Çengen civarında üçü 116 ve biri 600 metreye inen dört struktur sondajı ile birisi de 1008 metreye varan büyük bir sondaj açılmıştır. Fakat bu sondajlardan birisinde küçük petrol emaresi, büyük sondajda ise bir miktar havagazına rastlanmıştır (Taşman, 1949b:22 ).

Petrol arama çalışmalarında bulunulan üçüncü bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Bu bölge bulunan Raman petrol sahası, Suudi Arabistan'dan başlayarak Bahreyn, Kuveyt, Irak ve Güney İran petrol sahalarını içine alan jeolojik formasyon birliğinin memleketimizde Cizre'den Kilis'e kadar uzanan kısmına dahil bulunmaktadır. Raman'da "Maymune Boğazı" adlı verilen bir vadide 24 Temmuz 1939'da başlatılan jeolojik etütler ve sondajlardan, 20 Nisan 1940'ta sonuç alınmış ve Türkiye'nin ilk petrol yatağı 1048 metre derinlikte Raman'da bulunmuştur (Egeran, 1949:7; Lokman, 1940:306; Ulus gazetesi, 25 Nisan 1940). Günde 11 ton petrol çıkarılan bu bölgeyi 1 Mayıs 1940 da bizzat Başbakan Dr. Refik Saydam, İktisat Vekili Hüsni Çakır ve bazı devlet erkânı ziyaret etmiştir (Taşman, 1949b:20). Başbakan ziyaret sırasında şu açıklamayı yapmıştır: *"Raman Dağı'nda yapılmakta olan sondajın bugünkü vaziyeti, mütehassısların kati ifadelerine göre, bir petrol muntikasının tezahürüdür. Muntikanın arazi teşekkülünün müsait bulunması, bu tezahüre hususi bir kıymet vermektedir. Bunun hududunu ve verimini tespit etmek için daha müteaddit sondajlara ihtiyaç vardır. Bundan sonraki mesaiye mütehassıslarca tespit edilecek program dâhilinde devam olunacaktır. Bu hususta icap eden tahsisat Büyük Millet Meclisi'nden istenecektir (Cumhuriyet gazetesi, 2 Mayıs 1940)."*

1940 yılının Temmuz ayında Raman bölgesinde üçüncü petrol kuyusunun kazılacağını açıklayan MTA Enstitüsü Petrol Uzmanı Cevat Eyüp Taşman, Raman bölgesinde 300'den fazla petrol kuyusunun açılacağını ifade etmiştir. Taşman'ın Ulus gazetesine verdiği izahattan anlaşıldığına göre Raman'da elde edilen petrolün; % 15,65 benzin, % 15,31 petrol, % 9,05 motorin, % 5 petrol suyu içerdiği ve ayrıca muhtelif yağlardan ibaret olduğu anlaşılmaktadır. Ancak Raman-1 adıyla bilinen kuyuda ilk zamanlara günde 11 ton petrol üretimi yapılmışsa da

zamanla üretim günde 3 tona düşmüş ve petrol kuyusu su ile dolduğundan 1944'te Raman-1 kuyusu terk edilmiştir (Haykır ve Demir, s.256).

1940 yılında açılan ve aktif olarak 1944 yılına kadar faaliyet gösteren Raman-1 kuyusunun etrafında daha sonra Raman 2, 3, 4, 5 ve 6 kuyuları açılmıştır. Bu kuyulardan 2 ve 3 numaralı kuyu kuru çıkmış, 5 ve 6 numaralı kuyularda ise kuvvetli emareleri aşmayan bir miktar petrole rastlanmıştır (Egeran, s.7). 5 numaralı kuyu 1092 metrede ve 6 numaralı kuyu ise 1429 metrede tamamlanmıştır. Bu kuyulardan en fazla petrol çıkarılan 5 numaralı kuyudan önceleri günde 1 ton kadar petrol üretilmiş, daha sonra ise çeşitli teknikler kullanılmak suretiyle 2 tona çıkarılan günlük üretim düşmeye başlayınca kuyu 1944 yılında terk edilmiştir (Taşman, 1949b:21). Verimsiz çıkan Raman-6 kuyusundan sonra 1945 yılında, sondaj işlemleri başlatılan ve 1946 yılında petrol çıkarılan Raman-8 kuyusu, Türkiye'nin ekonomik anlamda ilk petrol kuyusu olmuştur. Depolama sorunu nedeniyle uzun süre üretim yapılamayan Raman-8 kuyusundan ilk günlerde 7 ton üretim yapılmış, bu kuyunun verimi daha sonra 4 tona kadar düşmüştür. 1948'de ise asitleme yapılması sonucu kuyunun verimi 70 tona kadar çıkarılmıştır (Göksu, s.74; Egeran, s.7; Gümüş ve Altan, 1995:11; Lokman, 1958:100). 1947 yılında yerini Necdet Egeran'ın tespit ettiği ve MTA Enstitüsü Müdürü İhsan Ruhi Berent'in tasdiki ile açılan ve adına "İnönü Kuyusu (Ulus gazetesi, 4 Mart 1948:1)" da denilen Raman-9 kuyusu, Amerikalı Drilexco firması tarafından 1948 yılında 1338 metre derinliğe kadar inilerek sondaj işlemi tamamlanmıştır. Bölgeyi ziyaret eden İsmet İnönü, Raman-9 Kuyusu başında yetkililer tarafından kendisine petrolün gösterilmek amacıyla vananın açılması üzerine petrolün boşa gitmemesi için İnönü; "*kapat, kapat. Aman kapat zayi olmasın*" sözleri ile sevincini göstermiştir. Sadece İnönü'de değil memleketin genelinde Raman-9 Kuyusu olumlu bir hava estirmiştir. 1949 yılında yapılan bazı hesaplamalara göre Raman'da açılacak 25 kuyu ile birlikte bu bölgeden memleketin ihtiyacı olan yıllık 450.000 ton petrolün elde edildiği gibi fazlasının ihraç edilebileceği bile düşünülmüştür (Kökyay, s.83-84; TPAO, İlk Elli Yıl, 2004:25; Acun, 1949:199-200). İnönü Kuyusu'ndan önceleri günde ortalama 40-50 ton petrol çıkarılmış, daha sonraları ise bu miktar asitleme yöntemi ile günde 60-70 tona çıkarılmıştır (Egeran, s.7; Taşman, 1949b:22; Göksu, s.75 ). Raman bölgesindeki sondajlardan elde edilen olumlu neticeler, Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün 1 Kasım 1948 tarihinde TBMM'nin 3. Toplanma yılını açarken yaptığı konuşmasına da yansımıştır. İnönü, Raman'daki arama ve rezerv tespiti konusunda müspet çalışmaların devam ettiğini belirterek, çıkarılacak petrolün işlenmesi ile ilgili de adımların atıldığını söylemiştir (TBMM Tutanak Dergisi, VIII. Dönem, C.13, 1948:5).

Raman'da 8 ve 9 nolu kuyulardan elde edilen verimden dolayı, 1948 yılı sonlarında yine Amerikalı Drilexco Firması tarafından 11 nolu kuyu açılmış, fakat petrole ulaşıldığı halde

arızadan dolayı kuyu terk edilmiştir. 1949 yılında ise 10 ve 12 nolu kuyular başarı ile açılmış ve asitleme ameliyesi sonunda birincisi 60 ton, ikincisi 100 ton kadar günlük verim göstermiştir (Egeran, s.8; Tanoğlu, s.337). Raman bölgesinde yapılan petrol aramalarında dikkat çekici diğer kuyular ise 14, 7 ve 18 nolu kuyulardır. Bu kuyulardan 7 ve 18 nolu kuyularda önemli derinliklere kadar sondaj yapılmasına rağmen bir süre sonra tuzlu suya rastlanması sonucunda sondaj işlemleri durdurulmuştur. 14 nolu kuyuda ise çok derinlerde çok az petrol emarelerine rastlanmıştır. 14 numaralı kuyu dışında yapılan bütün sondaj çalışmalarıyla bu alan içerisinde tespit edilen toplam ham petrol rezerv miktarı 18 milyon ton iken; muhtemel rezerv miktarı ise 80 milyon ton olarak hesaplanmıştır (Egeran, s.8; Yurtoğlu, s.157). MTA Enstitüsü, Raman Dağında üretilen ham petrolü mazot kullanılan lokomotiflerde değerlendirmek için Devlet Demiryolları ile işbirliğine giderek deneme çalışmalarına başlamıştır. 13 adet mazot yakan lokomotif bulunan Devlet Demiryollarının tecrübe çalışmalarından müspet sonuçlar alınmıştır (Yurtoğlu, s.158).

Raman'da sürdürülen çalışmalar esnasında, Raman Dağı'ndan 20 kilometre uzaklıkta ve Siirt'in 45 kilometre güneybatısında bulunan Garzan Bölgesi'nde de petrol aramasına başlanmıştır. Garzan Bölgesi'nde 1 Aralık 1944 tarihinde 1 Nolu kuyu açılmaya başlanmış; fakat 1945 ilkbaharında vuku bulan teknik bir arızada burada dört kişi hayatını kaybetmişti (Lokman, 1969:244-245). Garzan'da ilk sondaj 1946 yılında yapılmış; fakat 1. Nolu kuyuda 1510 metre derinliğe kadar inilmesine rağmen istenilen neticeler alınamamıştır. 1951 yılında Garzan'da 2 nolu kuyu açılarak 1511 metre derinliğe kadar inilmiştir. Garzan-2 Kuyusu asitlendikten sonra ilk başlarda günde 100 tondan fazla petrol elde edilmiş ve bu suretle Raman'dan sonra Türkiye'nin ikinci petrol sahası hizmete girmiştir (Tanoğlu, s.337-338; Doğan, 1979:146-147).

Kemal Lokman'ın belirttiğine göre Raman ve Garzan bölgesi için 1958 yılı itibari ile yapılan hesaplamalara göre, bölgedeki petrol rezervlerinin beş yüz milyon lira değerinde olduğu göz önüne alındığında; bölgenin petrol ürünleri ithalatını oldukça geriletmesi ve dış ticaret açığını kapatmada çok büyük yararlar sağlayacağı anlaşılmaktadır (Lokman, 1958:102). İlk derin sondajın MTA Enstitüsü tarafından Siirt bölgesinde Basbirin'de 1936 açılmasından, 1954'te TPAO kurulana kadarki süreçte 37 adet arama, 7 adet tespit, 13 adet üretim ve 19 adet test kuyusu olmak üzere toplam 76 kuyu açılmıştır. Toplam 72.674 metre sondaj yapılırken, üretilen ham petrol miktarı ise 95.881 ton olmuştur (Gümüş ve Altan, s.11; Göksu, s.80-82). Üretilen bu petrol Türkiye'nin ihtiyacının ancak %5,7'sini karşılayabilmiştir (50. Yılda Yurdumuzun Enerji ve Doğal Kaynakları, 1973:141). Cumhuriyetin ilk yıllarında devlet mecburiyetten dolayı yabancı uzmanlar vasıtası ile aramalar yapmış ve bazı imtiyazlar vermek zorunda kalmıştır. Oysa bu uygulama devletin petrol politikasına ters bir durumdur. Başbakanı

Şemseddin Günaltay'ın 21 Nisan 1949'da gazetecilere verdiği beyanatta; “*Kanuna göre hiçbir ecnebi şirkete imtiyaz veremeyiz. İşletmek hususunda mütehassıs ve bilgili adamlarla ve bir şirketle anlaşabiliriz. Şükranı şayandır ki, memleketin muhtelif yerlerinde petrol bulunduğu hemen kat'iyet kesbetmiş gibidir. Fakat bu sahada bilenlerden ve tecrübeli olanlardan istifade etmemiz lazımdır (Acun, s.415).*” Sözcüklerinden de anlaşılacağı üzere devletin petrol politikasını, aslına yabancı sermayeye uzak durma eğilimi şekillendirmiştir. Cumhuriyet Döneminde çıkarılan kanunlar, yapılan teşkilatlanmalar ve petrol konusunda yetiştirilen uzmanlar sayesinde önemli adımlar atılmıştır. Türkiye'de yapılan sondajların özellikle; Trakya Mürefte, Güney Anadolu Adana ve Hatay, Güneydoğu Anadolu Raman ve Garzan, Doğu Anadolu Van ili Muradiye ilçesine bağlı Kürzot köyü ile Erzurum Pasinler (Hasankale) civarında yoğunlaştığı görülmektedir.

### **6. CUMHURİYET DÖNEMİ PETROL RAFİNERİLERİ (1930-1950)**

Arazisinde az miktarda petrolü bulunan veya hiç petrolü bulunmayan memleketler dahi kendi arazisinden çıkan yerli ham petrolü ve hem de dışarıdan sağlanan ithal malı ham petrolü işlemek üzere hiç olmazsa döviz gelirleri üzerindeki ağır yükü kısmen hafifletmek amacıyla, petrol rafineri tesisleri kurmuşlardır (Göksu, s.106). Petrol tezahürlerinin yoğun bir biçimde incelendiği yıllarda Türkiye'de dış ticaret açığının önemli bir kısmını oluşturan petrol ürünleri dikkate alınarak, açığı kapatmada dolaylı yönden katkı sağlayacak 1499 sayılı Gümrük Tarifesi Kanunu 1 Haziran 1929'da çıkarılmıştır (Resmi gazete, Kanun No: 1499, 1 Temmuz 1929:7753-7761). Bu kanun ile ithal edilen işlenmiş petrolün 100 kilogramından 13,20 TL gümrük resmi alınmaya başlanırken, işlenmemiş petrolden aynı miktar için 1 TL gümrük resmi alınmaya başlanmıştır. Bu uygulama, ülke içerisinde ham petrolün işlenmesini ekonomik açıdan avantajlı hale getirmiştir. Yeşua Behar, Hükümetten senelik 10.000 ton ham petrol ithalat izni almayı başarmıştır (Elmacı, s.165). Durumdan istifade eden Yeşua biraderler “Türkiye Neft Sanayii Anonim Şirketi” hesabına 1930 yılında Romanya'dan rafineri araçlarını getirterek, İstanbul'da Beykoz yakınlarında Umuryeri mevkiinde Boğaziçi Tasfiyehanesini (Rafinerisini) kurmuşlardı. Romanya'dan ithal edilen ham petrolü işleyen, Cumhuriyet Döneminin ülkede ilk rafinaj alanındaki sanayileşme denemesi olan bu tesis günde 40 ton arıtma kapasitesine sahip olup, Romanya'dan getirilen ham petrolü işlemekteydi (Gümüş ve Altan, s.11). Küçük ve basit bir yapısı olan Boğaziçi Tasfiyehanesinin 2060 ton depolama kapasitesi ve 7 adet tankı mevcuttu (Özcan, s. 31). Ayrıca bu tasfiyehanenin deniz kıyısında iki tane yükleme ve boşaltma iskelesi olup, 650 ton stokaj kapasitesi mevcuttu (Lokman, 1967:790). 1934 yılına kadar düzenli olarak faaliyetlerini sürdüren ve yıllık ürün kapasitesi



toplamı 12.800 ton olan Boğaziçi Rafinerisi, petrol miktarı üzerinde çıkan sorunlar ve bazı vergi meseleleri yüzünden kapatılmak zorunda kalınmıştır (Göksu, s.107).

Türkiye piyasasına ilk olarak petrol ve müştakatını getiren Neftsendikat, Standart Oil, Etual Romen (sonra Steaua Romana) ve The Asiatic Petroleum Company Ltd. (daha sonra Shell) şirketleridir. Bu şirketler İstanbul'a ve İzmir'e ithal ettikleri petrol müştakatında gümrük farkları dolayısıyla bazı mahalli tasfiye ameliyesine tevessül etmişlerdir. Mazot ve motorinin gümrük rayıcı 100 kg. da 1 TL, gazyağında ise 12 TL idi. Bu farktan istifade etmek isteyen petrol satış şirketleri ithal ettikleri motorini küçük imalathanelerde asit sülfürik ile çalkalamakta ve motorinden bu usul ile kolza yağı (gazyağı) elde etmekteydiler. 1931-1932 yıllarında İstanbul'da bu işli yapan on iki fabrika kurulmuştu. Bu işlerden hükümet büyük ölçüde gelir kaybına uğrayınca, imalathaneler kapatılmış ve MTA'nın kuracağı Tecrübe Rafinerisine kadar yalnız mamul halde petrol müştakatına izin verilmiştir (Özcan, s.31).

Raman Dağı petrolünün artırılması amacıyla Raman'da bir rafineri kurulmasına karar verilmişti. 1934 yılında kapatılan Boğaziçi Tasfiyehanesi, 1940 yılında metruk bir halde Umuryeri'nde durmakta iken; MTA tarafından 25.000 liraya satın alınarak, Haydarpaşa'dan petrol sondajlarının yapıldığı Diyarbakır'a taşınmıştı. Daha sonra bu tasfiyehane için 35.000 lira daha sarf edilmesiyle bu tasfiyehane MTA'ya 60.000 liraya mal olmuştu (Göksu, s.107). Maymune Boğazı'nda açılan 1 numaralı kuyudan petrol çıkarılınca, petrolün tecrübelerini yapmak üzere, burada günlük tasfiye kapasitesi 3 ton olan adına "Raman Tecrübe Tasfiyehanesi" denilen küçük bir rafineri kuruldu (Özcan, s.31; Neyzi, 1963:149-150). Çalışan rafinerinin olmadığı bu dönemde, rafineri kurabilecek yeterli altyapının olmaması yüzünden sürece öncülük edecek uzman veya uzmanların yurt dışından getirilmesi gerekmiştir. Bu amaçla Polonyalı mühendis Mankiyeviç ile birlikte Şemsi Ağar, Oğuz Avdan, Cemil Kaptan, Mustafa Cam gibi Türk mühendisler de rafineri kurulumunda yer almışlardır (Elmacı, s.191). 1942 yılında kurulduğunda 10 ton kapasitesi olan Raman Tecrübe Tasfiyehanesi, zamanla günde üç vardiya çalışarak 30 ton ham petrol kapasitesine ulaşılmıştır. 1945 yılına kadar hizmet gören bu rafineride günde 3 ton 600 kilo benzin, 5 ton 100 kilo gazyağı, 6 ton 600 kilo mazot ile 14 ton 440 kilo asfalt üretilmiştir (Acun, s.303).

Asitlemeler sonucunda Raman-8 ve Raman-9 kuyularındaki üretim oldukça artmış ve bu kuyulara yeni kuyularında ekleneceği hesaplandığında, Maymune'deki Raman Tecrübe Tasfiyehanesinin ihtiyaca cevap veremeyeceği anlaşılmıştır. İ Ruhi Berent ve ekibi, rafineri teknolojisinde önemli ülkeler olan ABD ve Almanya ile temasa geçmişler, fakat savaştan yeni çıktıklarını ifade eden bu ülkeler ellerindeki rafineri sistemlerinin kendilerine lazım olduğunu, ancak Türkiye'nin siparişini iki yıl sonra karşılayabileceklerini söylemişlerdi (Özcan, s.70). 8

ve 9 numaralı kuyulardan çıkarılan günlük 150 tonluk petrolün ancak 30 tonu rafine edilebilmekteydi. 120 tonu artan petrol hesaba alındığında iki yılda yaklaşık 87 bin küsur ton petrol işlenememekteydi. Memleketin akaryakıt ihtiyacının dövizle karşılandığı bu dönemde çıkarılan petrolün işlenememesi MTA çalışanlarının uykularını kaçırmaktaydı. Bu durum karşısında Genel Müdür İhsan Ruhi Berent, arkadaşlarını toplamış ve bu toplantıda memleketin sanayiinden ve mevcut imkânlarından faydalanmak suretiyle bir rafineri kurulmasına karar verilmiştir (Acun, s.207). 1945 yılında Diyarbakır MTA deposunda bulunan Boğaziçi Tasfiyehanesine ait geri kalan malzemelere yeni ilaveler ile birlikte 200.000 liraya bir pilot rafineri kurulmuştur (Göksu, s.107). Kuruluşunda Polonyalı mühendis Mankiyeviç'in büyük emekleri olan ilk pilot rafineri olma özelliğine sahip Batman Tecrübe Rafinerisi, önceleri günlük 50 ton ham petrol işleme kapasitesine sahip iken sonraları bu kapasite 200 tona çıkarılmıştır (Lokman, 1967:792).

## **7. SONUÇ**

Osmanlı Devleti'nde petrol, ilki 1861 yılında çıkarılan maden nizamnameleri ile gündeme gelmiştir. Başlangıçta yabancılara verilen imtiyazlar vasıtası ile petrolün aranması ve çıkartılması hedeflenmişti. Sultan II. Abdülhamid Devrine kadar devlet adamlarının doğru bir maden politikası uyguladıkları söylenemez. Bu devirde ise Padişah özellikle Musul ve Bağdat petroleri konusunda araştırmalar yaptırmış ve petrol açısından oldukça zengin olan bu bölgeleri korumak için kendi özel mülkiyeti içerisine almıştır. Osmanlı Devleti'nin istenilen ölçüde sanayileşmeyi gerçekleştirememesi aslında önemli bir enerji kaynağı olan petrole istenilen önemin verilmesine engel olmuştur. XX. Yüzyılın başlarında kömür yerine petrole çalışan motorların yapımı, emperyalist ülkelerin ordularını güçlendirmek istemeleri, küresel şirketlerin mücadelelerine ülkelerin de katılması ile petrol ulusal bir sorun haline gelmiştir. I. Dünya Savaşı sonrasında petrolün dünya ekonomisindeki önemi hayati boyutlara ulaşmıştı.

I. Dünya Savaşından büyük kayıplarla çıkılması ve ülkede gelir getirecek önemli kaynaklara ihtiyaç duyulması, Cumhuriyet Hükümetlerinin millî esaslara dayanan bir maden politikası izlemesini beraberinde getirmiştir. Hayata geçirilemeyen Chester Projesi, Türk tarafını aslında sadece petrol açısından ilgilendirmiyor, hatta demiryolu açısından belki de daha fazla ilgilendiriyordu. Cumhuriyet dönemine kadar, petrolün bulunması ve işletilmesine yönelik ufak çaplı çalışmalar yapılmışsa da, bu konuda asıl gelişme Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra yaşanmıştır. Bu dönemde petrol politikasının esasını, Türkiye'de petrolün aranması, çıkarılması ve rafine edilmesi oluşturmuştur. Devletin 1926 yılında çıkardığı 792 Sayılı Petrol Kanunu, Petrol Arama ve İşletme İdaresi'nin kurması gibi çalışmalar petrol

konusunda önemli bir politikanın sonucuydu. Bu iyi niyetli yasal düzenlemelere rağmen Cumhuriyetin ilk yıllarında yetişmiş personel eksikliği, sermaye yetersizliği ve teknolojik sıkıntılar yüzünden petrol konusunda yapılan çalışmalardan istenilen neticeler alınamamıştır.

1935 yılında MTA Enstitüsü'nün kurulmasından hemen sonra Türkiye'de yerli ve yabancı uzmanların özverili çalışmaları sonucunda öncelikli olarak Trakya, Güney Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi olmak üzere üç ana alanda araştırmalar başlatılmıştır. Nihayet bu araştırmalar 1940 yılında Raman bölgesinde kaliteli petrolün bulunması ile meyvelerini vermiştir. Bu bölgede kaliteli petrolün bulunması, Türkiye'nin petrol rezervinin iyi derecede olduğu tezini güçlendirmekle kalmamış aynı zamanda hem devlet ricalinin hem de halkın enerji konusunda moralini yükseltmiştir.

## KAYNAKÇA

50. Yıldı Yurdumuzun Enerji ve Doğal Kaynakları. (1973). Komisyon, Ankara, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Yayınları.
- Acar, Ç. Bülbül, S. vd. (2007). Petrol ve Doğalgaz, Ankara, ODTÜ Yayıncılık.
- Acar, N. (2013). Petrolün Stratejik Önemi ve Mezopotamya Petrol Kaynaklarının Paylaşımında Calouste Sarkis Gülbekyan'ın Rolü (1890-1928), *International Journal of Social Science*, 6 (4), 1-32.
- Akalın, U. S. ve Tüfekçi, S. (2014). Türkiye'nin Petrol Politikaları ve Enerji Özelleştirmelerine Bir Bakış, *İktisat Politikaları Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 51-66.
- Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi. (1988). Elektrik, C. 8,
- Aydın, S. (2001). Türkiye'nin Demiryolu Serüvenine Muhtasar Bir Bakış, *Kebikeç*, 11, 49-94.
- Ayhan, V. (2009). İmparatorluk Yolu: Ortadoğu ve Petrol, Bursa, Dora Yayıncılık.
- Başa, D. (2013). *Uluslararası Petrol Politikasının Osmanlı Devleti'nin Yıkılmasına Etkisi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA), 030.18.01.01 / 23.15.9.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi BCA, 030.18.1.33.3.17.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi BCA, 30.10.182.255.5.8-11.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi BCA, 30.18.2.36.40.20.
- Bostan, İ. (1990). Osmanlı Topraklarında Petrolün Bulunuşu ve İskenderun'da İlk Petrol İşletme Çalışmaları, *Coğrafya Araştırmaları*, I (2), Ayırbaşım, 129-135.
- Can, B. B. (2000). Demiryolundan Petrole Chester Projesi (1908-1923), İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Can, B. B. (2001). Suya Düşen Bir 'Tatlı Hayal' Şarki Anadolu Demiryolları (Chester) Projesi(1922-23), *Kebikeç*, 11, 165-204.
- Cumhuriyet gazetesi, 14 Ekim 1934.
- Cumhuriyet gazetesi, 2 Mayıs 1940.
- Cumhuriyetin 50. Yılında Petrol ve 1972 Faaliyetleri. (1973), PİGM No. 17, Ankara, MTA Enstitüsü Matbaası.
- Çakan, I. (1999). Türk Parlamento Tarihinde İkinci Meclis, İstanbul, Çağdaş Yayınları.
- Çark, F. (2016). *19. Yüzyıl Osmanlı Devleti'nde Neft ve Petrol ve Üretim İmtiyazları*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, İktisat Tarihi Bilim Dalı, İstanbul.
- Çıtak, E. ve Kılınç Pala, P. B. (2016), Yenilenebilir Enerjinin Enerji Güvenliğine Etkisi, *SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 79-102.
- Demir, A. (1982). Atatürk Döneminde Türkiye'de Enerji Politikaları, *Atatürk Dönemi Ekonomi Politikası ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişmesi Semineri*, Ankara, A.Ü. SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Demirbaş, L. (2002). *Türkiye'de Enerji Sektörü, Sektörün Problemleri, Avrupa Birliği ve Türkiye'de Enerji Politikaları*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Demirbilek, S. (2012). Tek Parti Döneminde İnhisarlar (1923-1946)", *ÇTTAD*, XII (24), 203-232.
- Demirer, M. A. (2010). Lozan'da Petrol Kavgası (Amerikalı Chester'ın Yapamadığını Atatürk'ün Çetinkaya'sı Yaptı), 1. Baskı, İstanbul, Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Doğan, C. (1979). Petrol Meselemiz'in Dünü, *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, S. 3.
- Doğanay, H. (1991). Enerji Kaynakları, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Durand, D. (1966). Milletlerarası Petrol Politikası, Çev. Ahmet Angın, İstanbul, Kitapçılık Ticaret Limited Şirketi Yayınları.

- Earle, E. M. (1972). Bağdat Demiryolu Savaşı, I. Baskı, İstanbul, Milliyet Yayınları.
- Ediger, V. Ş. (2007). Enerji Ekonomi-Politigi Perspektifinden Osmanlı'da Neft ve Petrol, Ankara, ODTÜ Yayıncılık.
- Egeran, N. (1949). Raman Petrolü, *Maden Tetkik ve Arama Dergisi*, 39, 7-9.
- Eldem, V. (1994). Harp ve Mütareke Yıllarında Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomisi, Ankara, TTK Basımevi.
- Elmacı, İ. (2013). *Cumhuriyet Dönemi Teknoloji Tarihi (İlaç, Petrol Kimyevi Gübre Teknolojileri)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe (Bilim Tarihi) Anabilim Dalı, Ankara.
- Erdem, E. (2016). Sanayi Devriminin Ardından Osmanlı sanayileşme Hamleleri: Sanayi Politikalarının Dinamikleri ve Zaafiyetleri, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 48, Temmuz-Aralık, 17-44.
- Evliya Çelebi b. Derviş Mehmed Zillî. (2000). Evliyâ Çelebi Seyahatnamesi, Haz. Yücel Dağlı-Seyit Ali Kahraman, IV. Kitap, İstanbul, YKY.
- Göksu, E. (1966). Türkiye'de Petrol, İstanbul, Kağıt ve Basım İşleri A.Ş.
- Gümüş, Ö. ve Altan, Y. (1995), Petrolün Tarihçesi ve Türkiye'de Açılan Petrol Kuyuları, Ankara, Petrol İşleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Haykır, Y. ve Demir, Ö. (2017). 6326 Sayılı Petrol Kanunu ve Demokrat Parti Dönemi Petrol Politikası, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi (SUTAD)*, 41, 251-269.
- Hiçşaşmaz, M. (1957). Türkiye'de Elektrik Enerjisi, *AÜSBFD*, 12 (3), 1-25.
- İsmayilov, R. (2006). *Türkiye'nin Petrol Politikası*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Siyaset ve Sosyal Bilimler Dalı, Ankara.
- Karadağ, R. (2008). Petrol Fırtınası, 1. Baskı, İstanbul, Truva Yayınları.
- Karal, E. Z. (1983a). Osmanlı Tarihi, Birinci Meşrutiyet ve İstibdat Devirleri (1876-1907), C. VIII, Ankara, TTK Basımevi.
- Karal, E. Z. (1983b). Osmanlı Tarihi, Islahat Fermanı Devri (1861-1876), C. VII, 3. Baskı, Ankara, TTK Basımevi.
- Kartın, C. (2015). İngiliz Arşiv Belgeleri Işığında II. Abdülhamid'in Mirası (1920-1921), *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13, 69-99.
- Kepenek, Y. (1987). Gelişimi, Üretim Yapısı ve Sorunlarıyla Türkiye Ekonomisi, 4. Baskı, Ankara, Teori Yayınları.
- Keskin, Ö. (2011). Osmanlı Devleti'nde Maden Hukukunun Tekâmülü (1861-1906), *OTAM*, 29, Mart, 125-147.
- Kılavuz, N. (2012). Chester Demir Yolu Projesi, *Journal of Life Sciences*, 1(1), 1035-1045.
- Kocaoğlu, M. (1996). Petrol-Strateji, İstanbul, Harp Akademileri Basım Evi.
- Kökyay, F. (2008). *1923'ten Günümüze Türkiye Cumhuriyeti'nin Petrol Yatırım Politikaları*, (Basılmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Ankara.
- Kürkçüoğlu, Ö. (2006). Mondros'tan Musul'a Türk-İngiliz İlişkileri, Ankara, İmaj Yayınevi.
- Lokman, K. (1929). Beynelmilel Petrol Mücadelesi-II Bir İki Söz, *Türk Yurdu*, S. 21-22/215-216, C. 3-23, Türk Ocakları Merkez Heyeti Matbaası, 14-23.
- Lokman, K. (1933). Türkiye'de Petrol Madenleri, Ankara, Hâkimiyet-i Milliye Matbaası.
- Lokman, K. (1940). Ramandağ Petrolü, *Maden Tetkik ve Arama Dergisi*, 20, 306-311.
- Lokman, K. (1946). Kürzot Petrol Madeni ve Havalisi, *Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü Mecmuası*, 35, 95-101.
- Lokman, K. (1958). Memleketimizde Petrol Araştırmaları, *Türkiye Jeoloji Kurumu Bülteni*, 6(2), 91-114.
- Lokman, K. (1967). Türkiye'de Petrol Rafinerileri, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara, Ayyıldız Matbaası Anonim Şirketi.
- Lokman, K. (1969). Türkiye'de Petrol Arama Amacıyla Yapılan Jeolojik Etütler, *MTA Dergisi*, 72, 219-246.
- Mosley, L. (1976). Petrol Savaşı, Çev: Halil İnal, İstanbul, E Yayınları.

- Musul Kerkük İle İlgili Arşiv Belgeleri (1525-1919). (1993). Ankara, T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları.
- Nauşebeva, A. (1999). *Azerbaycan ve Kazakistan Petrolleri ve Bölgesel Politikaya Etkileri*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Ankara.
- Neyzi, N. H. (1963). *Türkiye Petrol Sanayii*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları, Sermet Matbaası.
- Niyazi A. (1949). *Dünya Petrol Tarihi ve Türk Petrolü*, İstanbul, Şaka Matbaası.
- Ökçün, A. G. (1969). *XX. Yüzyıl Başlarında Osmanlı Maden Üretiminde Türk, Azınlık ve Yabancı Payları, Yavuz Abadan'a Armağan*, Ankara, AÜSBF Yayınları, Sevinç Matbaası.
- Özcan, H. E. (2006). *Fotoğraflarla Ulusal Petrol 1929-1954*, Ankara, Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı Arama Daire Başkanlığı Arşiv ve Tarih Yayınları-1, Poyraz Ofset.
- Özer, H. (2014). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Milli Tüccar Oluşturma Çabalarında İş Bankası'nın Rolü, *AÜSBFD*, 69(2), 351-377.
- Özer, S. (2010). Chester Projesi'nin Hâkimiyet-i Milliye Gazetesine Yansımaları, *HistoryStudies*, Ortadoğu Özel Sayısı, C. 2, 287-299.
- Öztürk, K. (1968). *Türkiye Cumhuriyeti Hükümetleri ve Programları*, Baha Matbaası, İstanbul, Ak Yayınları.
- Özüçetin, Y. Altay, E. (2013). Demiryolu İnşası Fikri Ve Sahibinin Adıyla İfade Edilen Bir Proje: Chester Projesi, *The International Journal Of Social Science (JASSS)*, 6(1) Ocak, 1193-1232.
- Resmî gazete, Kanun No: 792, 6 Nisan 1926.
- Resmî gazete, Kanun No: 1499, Temmuz 1929.
- Resmî gazete, Kanun No: 2189, 27 Mayıs 1933.
- Resmî gazete, Kanun No: 2804, 22 Haziran 1935.
- Resmî gazete, 18 Şubat 1941.
- Sırım, V. (2017). Sultan II. Abdülmamid'in Petrol Politikası, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 125-132.
- Sükan Yavuz, B. (1993-2003). Fransız Arşiv Belgeleri Işığında Chester Demiryolu Projesi, *Atatürk Yolu*, 6(24), 527-561.
- Sükan Yavuz, B. (2003). 1922 Yılında Orta Doğu'da Uluslararası Petrol Rekabeti, *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, S. 12.
- Tanoğlu, A. (1971). *Enerji Kaynakları*, 4. Baskı, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Taşman, C. E. (1936a). Mürefte'de Petrol Aramaları, *Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü Mecmuası*, 3, Temmuz, 17-22.
- Taşman, C. E. (1936b). Van Gölü Civarında Korzot Petrolü, *Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü Mecmuası*, 5(5), 41-42.
- Taşman, C. E. (1938). Petrol Aramaları, 1923'den Evvel ve Sonra, *Maden Tetkik ve Arama Dergisi*, 13, 69-72.
- Taşman, C. E. (1945). Trakya ve Petrol, *Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü Mecmuası*, 34(34), 336-342.
- Taşman, C. E. (1946). Harbolit Kömürlü Bir Asfalt, *MTA Dergisi*, C. 35, 50-51.
- Taşman, C. E. (1949a). Petrolün Tarihi, *MTA Dergisi*, 39(39), 9-13.
- Taşman, C. E. (1949b). Petrolün Türkiye'de Tarihiçesi, *Maden Tetkik Arama Dergisi*, 39(39), 14-22.
- TBMM Tutanak Dergisi. (1948). VIII. Dönem, C. 13, TBMM Basımevi, Ankara.
- TBMM Zabıt Ceridesi. (1933). IV. Dönem, C. 15, TBMM Matbaası, Ankara.
- TBMM Zabıt Ceridesi. (1935). V. Dönem, C. 4, TBMM Matbaası, Ankara.
- TBMM Zabıt Ceridesi. (1937). V. Dönem, C. 20, TBMM Matbaası, Ankara.
- TBMM Zabıt Ceridesi. (1961). I. Dönem, C. 28, TBMM Matbaası, Ankara.
- TBMM Zabıt Ceridesi. II. Dönem, C. 23, TBMM Matbaası, Ankara.

- Tezel, Y. S. (1970). Birinci Büyük Millet Meclisi Anti-Emperyalist Miydi? Chester Ayrıcalığı, *AÜSBFD*, 25(4), Aralık, 287-318.
- Tezel, Y. S. (2015). Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950), İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tozduman Terzi, A. (2014). Bağdat-Musul'da Abdülhamid'in Mirası Petrol ve Arazi (1876-1909), İstanbul, Timaş Yayınları.
- TPAO. (2004). İlk Elli Yıl, Ankara, İmaj İç ve Dış Tic. Anonim Şirketi.
- Uluğbay, H. (1995). İmparatorluktan Cumhuriyete Petropolitik, Ankara, Turkish Daily News Yayınları.
- Ulus gazetesi, 25 Nisan 1940.
- Ulus gazetesi, 4 Mart 1948.
- Üçgül, İ. Elibüyük, U. (2017). Yenilenebilir Enerji Kaynakları ve Enerji Jeopolitiği, *Teknoloji ve Sosyal Bilimler Dergisi (Anka e-Dergi)*, 2(1), Kasım, 26-33.
- Yazıcı, N. (2007). *Petrol Çerçevesinde Musul Sorunu (1926-1955)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Yergin, D. (2007). Petrol, Para ve Güç Çatışmasının Epik Öyküsü, 4. Baskı, Çev: Kamuran Tuncay, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,
- Yurtoğlu, N. (2017). Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Petrol Arama Politikaları (1923-1950), *Akademik Bakış*, 10(20), 145-168.
- Yücel, F. B. (1994). Enerji Ekonomisi, I. Baskı, Ankara, Akay Ofset Matbaacılık.

**Citation:** Konak A. & Korap L. (2019), Dış Ticaret Üzerinde Etkisi Bulunan Bazı Makroekonomik Değişkenlere Yönelik Uygulamalı Bir Ticaret Dengesi Modellemesi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, BMIJ, (2019), 7(1): 403-422 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1074>

## DIŞ TİCARET ÜZERİNDE ETKİSİ BULUNAN BAZI MAKROEKONOMİK DEĞİŞKENLERE YÖNELİK UYGULAMALI BİR TİCARET DENGESİ MODELLEMESİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI

Ali KONAK<sup>1</sup>

Levent KORAP<sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 28/12/2018

Accepted (Kabul Tarihi): 05/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmada Türkiye ekonomisi üzerine kuramsal temelli bir ticaret dengesi modeli tahmin edilmeye çalışılmaktadır. 2003Q1 – 2018Q2 örneklem dönemini dikkate alan bulgularımız durağan nitelikli ticaret dengesi koşullarının beklentilerimize uygun bir şekilde elde edilebildiğini göstermektedir. Yurt içi reel gelirdeki artışlar ticaret dengesini kötüleştirirken, yurt dışı reel gelir artışı ticaret dengesini iyileştirmektedir. Ayrıca reel kurda meydana gelen gelişmelerin de ticaret dengesi üzerinde önemli etkilere sahip olduğu, bu bağlamda ulusal paranın yabancı para birimlerine karşı uzun dönemde reel olarak değerlendirilmesinin, ticaret dengesini kötüleştirdiği tespit edilmiştir. Uzun dönem ticaret dengesi ilişkisinden sapmaların yaklaşık %34'ünün bir gözlem dönemi içerisinde ortadan kalktığı gözlenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Dış Ticaret Dengesi; ARDL Sınır Testi; Türkiye Ekonomisi

**JEL Sınıflaması:** C32; F10; F41

## AN APPLIED TRADE BALANCE MODELLING FOR SOME MACROECONOMIC VARIABLES THAT HAVE AN IMPACT ON FOREIGN TRADE: ARDL BOUNDS TESTING APPROACH

### ABSTRACT

*In this paper, a theory based trade balance model is tried to be estimated upon the Turkish economy. Our findings considering 2003Q1 – 2018Q2 sample period indicates that trade balance characteristics can be obtained in a stationary form in line with our expectations. Increases in domestic income worsen the trade balance while increases in foreign income improve it. In addition, the developments occurring in real exchange have significant effects on the trade balance, and in this context, the real appreciation of the national currency against foreign currencies in the long term deteriorated the trade balance. 34% of the deviations from the long run trade balance relationship have been observed to disappear in one observation period.*

**Keywords:** Foreign Trade Balance; ARDL Bounds Testing; Turkish Economy

**JEL Classification:** C32; F10; F41

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, [alikonak@karabuk.edu.tr](mailto:alikonak@karabuk.edu.tr)

<sup>2</sup> Doç. Dr. Kastamonu Üniversitesi, [korap@hotmail.com](mailto:korap@hotmail.com)

<http://orcid.org/0000-0003-1804-8339>

<http://orcid.org/0000-0001-6216-5941>



## 1. GİRİŞ

Günümüzde pek çok ülke açısından dış ticaret faaliyetleri ekonomik gelişme sürecinin temel taşlarından birisini oluşturmaktadır. Ülkelerin hiçbiri üretim sürecinde gereksinim duyulan üretim faktörlerinin tamamına sahip değildir. Bu nedenle ekonomi çapında üretimin gerçekleştirilebilmesi için ülkeler arasında karşılıklı bağımlılıkların ortaya çıktığı görülmektedir. Benzer şekilde, bir ülkede gerçekleştirilen üretimin tamamının yine aynı ülkede tüketilmesi çok olası bir durum değildir. Üreticiler yurt içi tüketim düzeyinin üzerinde gerçekleşen üretim fazlasını diğer ülkelere ihraç etmek suretiyle bireysel temelde firma gelirlerini, ülke açısından ise ihracat gelirlerini artırmakta ve bu şekilde ülkeye döviz girişi gerçekleşmektedir. Bu bağlamda dış ticaret faaliyetlerinin gelişimine katkıda bulunacak her girişimin ülke ekonomisi açısından büyük bir öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye’de uygulanan iktisat politikaları derinlemesine incelendiğinde dış ticaret açıklarında ve döviz kurlarında meydana gelen artışların zaman zaman ekonomik krizlere neden olduğu görülmektedir. Özellikle Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin benimsenmesiyle birlikte ülkede daha liberal ekonomi politikaları uygulanmaya başlanmış ve uluslararası piyasalara entegre olmaya yönelik birtakım yasal düzenlemeler yapılmış, yapılan bu yasal düzenlemeler ise ekonomik yapının dışsal ekonomik gelişme ve etkilere karşı daha duyarlı hale gelmesine neden olmuştur. Bu süreçte özellikle gerek yurtiçi gerekse de yurtdışında yaşayan tüketicilerin reel gelir seviyesinde meydana gelen gelişmeler ile reel döviz kurunda meydana gelen değişmelerin dış ticaret faaliyetlerini önemli oranda etkilediğini söylemek mümkündür. Bu nedenle bahsedilen makroekonomik değişkenlerin dış ticaret üzerinde ne gibi etkilerinin bulunduğu ayrıntılı bir şekilde incelenmesi ve değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir.

## 2. DIŞ TİCARETE YÖNELİK KURAMSAL TEMELLİ BİR AYIRIM

Ülke ekonomileri açısından son derece önemli nitelikte olan dış ticaret faaliyetleri ile reel gelir seviyesi ve reel döviz kuru arasındaki ilişkileri derinlemesine incelemeye önce konunun daha iyi anlaşılması açısından bir kavramsal çerçevenin çizilmesinde ve bu kavramsal çerçevenin neleri kapsadığının detaylı bir şekilde ortaya konulmasında fayda vardır.

### 2.1. Dış Ticaretin Tanımı ve Ekonomik Açından Önemi

Bir ülkedeki ihtiyaç fazlası mal ve hizmetlerin bir ödeme karşılığı başka ülkelere satılması ve uluslararası düzeyde gelir elde edilmesi şeklinde ifade edilebilecek olan dış ticaret faaliyetleri ülkelerin gelişmesi ve kalkınması açısından büyük bir öneme sahiptir. Dış ticaret

faaliyetlerinin sahip olduğu bu önem sadece uluslararası düzeyde elde edilen gelirden değil aynı zamanda karşılıklı etkileşim içerisinde dış ticaret faaliyetlerinin pek çok makroekonomik değişkeni etkilemesinden ve pek çok makroekonomik değişkenden etkilenmesinden kaynaklanmaktadır. Dış ticaret faaliyetleri sayesinde gerçekleştirilecek ihracata bağlı olarak ülkeye bir döviz girişi sağlanabilmekte, tüketim amacıyla kullanılmak üzere nihai nitelikteki mal ve hizmetler yanında, üretim sürecinde kullanılmak üzere ihtiyaç duyulan hammadde ve ara mallarına kolaylıkla ulaşılabilen ve üretim faaliyetleri kesintisiz bir şekilde devam ettirebilmektedir. Ancak dış ticaret faaliyetlerinden beklenen bu faydaların elde edilebilmesi için teknolojik yatırımların yapılmasına ihtiyaç vardır. Bir diğer ifadeyle etkin bir şekilde dış ticaret faaliyetinde bulunulabilmesi ve bu sayede de döviz gelirlerinin elde edilebilmesi için üretime yönelik yatırımların ve üretim sürecinin teknolojik yatırımlar ile güçlendirilmesi gerekmektedir (Jones, 1998:51).

Ülkelerin farklı üretim faktörlerine sahip olmaları üretim sürecinde karşılıklı olarak birbirlerine bağımlı duruma gelmesine neden olmuş, bu ise dış ticaret faaliyetlerini kaçınılmaz hale getirmiştir. Bununla birlikte üretim sürecinde teknolojinin yoğun bir şekilde kullanılması, üretim hacminde önemli miktarda artışların yaşanmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca üretim sürecinde teknolojinin yoğun bir şekilde kullanılması, üretim hacminin artış göstermesine ve dolayısıyla üretim maliyetlerinin düşmesine olanak sağlamış, buna bağlı olarak da ulusal mal ve hizmetler, uluslararası piyasalarda fiyat açısından bir rekabet gücüne sahip olabilmıştır. Ayrıca dış ticaret faaliyetleri sayesinde tüketiciler, diğer ülkelerin belli bir mal yada mal grubunda uzmanlaşması nedeniyle söz konusu ürünleri çok daha düşük fiyatlara tüketebilen olanağına sahip olmuşlardır (Salvatore, 1998: 199). Buna bağlı olarak tüketicilerin küresel ölçekte yaşam düzeylerinde iyileşmeler söz konusu olabilmıştır. Ülke ekonomisi üzerinde önemli etkileri bulunan dış ticaret faaliyetlerinin de pek çok ekonomik faktörden etkilendiğini belirtmekte fayda vardır. Ancak bu faktörler içerisinde özellikle yurtiçi gelir düzeyinde meydana gelen değişikliklerin, benzer şekilde yurtdışı tüketicilerin reel gelir düzeyinde meydana gelen değişikliklerin ve reel döviz kurunda meydana gelen değişimlerin ayrı bir öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle söz konusu değişkenler ile dış ticaret faaliyetleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması büyük bir önem arz etmektedir.

## **2.2. Gelir Düzeyi ve Döviz Kurunda Meydana Gelen Değişmelerin Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri**

Dış ticaret yapısı ve hacmi her bir ülkenin kendine özgü coğrafi ve iklim yapısına, sahip olunan üretim faktörlerinin niteliğine, nüfus yapısına ve daha birçok etkene bağlı olarak

farklılık göstermektedir. Bununla birlikte dış ticaretin pek çok makro ekonomik faktör tarafından etkilendiğini söylemek de mümkündür. Dış ticaret hacmi üzerinde etkisi bulunan bu makro ekonomik faktörlerin başında ise yurt içindeki ve yurt dışındaki tüketicilerin reel gelir düzeylerinde meydana gelen değişiklikler ile reel döviz kurunda meydana gelen değişiklikler yer almaktadır.

Dış ticaret faaliyetleri, ulusal ve uluslararası gelir düzeyinde meydana gelen değişimlerden doğrudan etkilenmektedir. Ulusal gelir düzeyinde meydana gelen değişimler ithalat hacmini etkilerken, ticari faaliyete bulunulan diğer ülkelerin gelir düzeyinde meydana gelen değişiklikler ihracat hacmi üzerinde etkili olmaktadır. Özellikle ekonomik büyümenin gerçekleşmesiyle birlikte ulusal gelir düzeyinde meydana gelen artışlar, tüketicilerin yabancı mallara olan talebinin artmasına neden olmaktadır (Karabulut, 2018: 427). Bir diğer ifadeyle yurt içinde yaşayan tüketicilerin ve yatırımcıların gelir seviyesindeki artışlar, gerek nihai mal gerekse de ara malı şeklinde olmak üzere ithal mal talebinin artırmaktadır. Buna karşın diğer ülkelerde yaşayan tüketicilerin ve yatırımcıların gelir seviyesindeki artışlar ise ihracat hacminin ve dolayısıyla da ihracat gelirlerinin artmasına sebebiyet vermektedir. Bu iki değişken arasındaki farkın pozitif olması durumunda da dış ticaret fazlasından söz edilmektedir. İktisadi açıdan gelişme ve büyüme hedefi olan bir ülkenin ihraç gelirlerini artırmak suretiyle dış ticaret fazlası vermesi, hedeflenen amaçlara ulaşılması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan bakıldığında ekonomik büyüme ile ihraç gelirlerindeki artışın birbirini tetikleyen iki ekonomik olgu olduğunu söylemek mümkündür.

Dış ticaret üzerinde belirleyici etkisi bulunan bir diğer önemli etken de döviz kurudur (Yücesan vd., 2017: 1288-1289). Özellikle gerek hammadde gerekse de ara malı şeklinde olmak üzere üretim sürecinde ağırlıklı olarak ithal girdi kullanılan ülkelerde reel döviz kuru, dış ticaret faaliyetlerinin ve dış ticaret dengesinin en önemli belirleyici unsurlarından birini teşkil etmektedir (Doğan ve Kurt, 2016: 327). Reel döviz kurunda meydana gelen azalışlar, ulusal paranın yabancı para birimleri karşısında değerlenmesine, bu sayede de yabancı mal ve hizmetlerin nispeten ucuzlayarak ithalatın artmasına neden olmaktadır. Buna karşın reel döviz kurunun yükselmesi ise tam ters yönde bir etki oluşturarak yerli mal ve hizmetlerin nispeten ucuzlamasına neden olmakta ve ihracatı artırmaktadır (Tapşın ve Karabulut, 2013: 191). Bu bağlamda döviz kurlarında meydana gelecek olan yükselişlerin, ihracat gelirlerini artırmak ve ithalat harcamalarını azaltmak suretiyle dış ticaret açıklarının azalmasına katkıda bulunacağını söylemek mümkündür. Ayrıca reel döviz kurundaki değişimler, ihracat ve ithalatı etkilemek suretiyle dolaylı bir şekilde milli geliri de etkilemektedir (Çelik vd., 2017: 881). Bu nedenle

reel döviz kurunda meydana gelen değişmelerin sadece dış ticaret faaliyetleri üzerinde değil aynı zamanda pek çok makro değişken üzerinde etkisinin bulunduğunu ifade etmekete fayda vardır.

Çalışmamızın bundan sonraki bölümünde çağdaş iktisat yazınından faydalanarak oluşturduğumuz indirgenmiş bir ticaret dengesi modeli doğrultusunda Türkiye ekonomisi üzerine ekonometrik bir denemenin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.

### **3. İNDİRGENMİŞ BİR TİCARET DENGESİ MODELİ**

Ticaret dengesindeki değişmelerin belirleyicileriyle ilgili olarak 1990 sonrası dönemde yapılan pek çok çalışma Goldstein ve Khan (1985) ve Rose ve Yellen (1989) tarafından geliştirilen ve ticaret dengesine yönelik indirgenmiş model yapısının oluşturulduğu eksik ikame (imperfect substitutes) modeline dayanmaktadır. Eksik ikame modeli ne ihracatın ne de ithalatın yurt içinde üretilen mallar için tam ikame olamaması temel varsayımına dayanmaktadır. Bu bakış açısından dikkate alındığında, eğer yurt içinde ve yurt dışında üretilen mallar birbirleri yerine tam ikame olabilecek mallar olarak kabul edilirse sabit ya da azalan göreceli maliyet avantajına göre bu mal grupları diğerini dışlayabilecek şekilde yurt içi piyasaları bir bütün olarak ele geçirebilecektir. Ayrıca ülkeler ticarete konu mallarla ilgili olarak yalnız ithalatçı veya ihracatçı bir konuma sahip olabilecektir. Fakat her iki öngörü de gerçek dünya koşullarıyla çelişki gösterdiği için, yani herhangi bir ülke için üretimin yanı sıra ticarete açık sektörlerde hem ithalatın hem de ihracatın söz konusu olması durumu, dolayısıyla çift-yanlı bir ticaret ilişkisinin varlığı tam ikame (perfect substitutes) modelinin gerçek dünya koşullarına uygun olmadığını ortaya koymaktadır. Bu noktada Stučka (2004) tarafından geliştirilen standart iki ülkeli eksik ikame modelini dikkate alalım. Bu durumda, yukarıda açıklandığı gibi, ne ihracat ne de ithalat yurt içinde üretilen mallar için tam ikame bir duruma sahip olmayacak ve çoğu ticarete konu mallar için sonsuz arz ve talep esnekliği elde etme olasılığı ortadan kalkacaktır. Yurt içi yerleşikler tarafından talep edilen ithalat hacmi ( $M_d$ ) ve yurt dışı yerleşikler tarafından talep edilen ithalat hacminin ( $M_d^*$ ) (1) ve (2) no'lu eşitliklerde belirtildiği şekliyle bir fonksiyonel ilişki içerisinde olduğunu varsayalım:

$$M_d = f_1(Y, P_m, P), \left( \frac{dM_d}{dY} \right) > 0, \left( \frac{dM_d}{dP_m} \right) < 0, \left( \frac{dM_d}{dP} \right) > 0 \quad (1)$$

$$M_d^* = f_2(Y^e, P_m^*, P^*), \left( \frac{dM_d^*}{dY^e} \right) > 0, \left( \frac{dM_d^*}{dP_m^*} \right) < 0, \left( \frac{dM_d^*}{dP^*} \right) > 0 \quad (2)$$

Yukarıda  $Y$  yurt içi gelir düzeyini,  $P_m$  yurt içi ithalatçılar tarafından ödenen yerli para birimi cinsinden ifade edilen ithal fiyatını,  $P$  yurt içi genel fiyat düzeyini,  $Y^*$  yurt dışı gelir düzeyini,  $e$  yabancı para biriminin yerli para birimi cinsinden karşılığını ifade eden döviz kurunu,  $P_m^*$  yurt içi ithalatçılar tarafından ödenen yabancı para birimi cinsinden fiyatı ve  $P^*$  genel yurt dışı fiyat düzeyini ifade etmektedir. Dolayısıyla, ithal mallarına yönelik talep yurt içi nominal gelir düzeyinin, ithal mallarının kendi fiyatlarının ve bu mallara yönelik yurt içinde üretilen ikame mallarının fonksiyonu şeklindedir. İthal talebinin yurt içi ve yurt dışı gelir esnekliğinin ve çapraz fiyat esnekliğinin pozitif ve kendi-fiyat esnekliğinin negatif olduğu varsayılmıştır. Ayrıca, talep fonksiyonunun homojen bir yapıda olduğu ve tüketicilerin para aldanmasından etkilenmediği kabul edilmiştir. Örneğin parasal gelir ve fiyatların iki kat artış göstermesi durumunda talep sabit kalacaktır. Homojenlik varsayımı doğrultusunda eşitliklerin sağ tarafındaki değişkenler fiyat düzeyine bölünmüş, reel gelir ve ithal fiyatlarının yurt içinde üretilen malların fiyatlarına bölünmesiyle göreceli ithal fiyatları elde edilmiştir:

$$M_d = f_1(Y_r, RP_m), \left( \frac{dM_d}{dY_r} \right) > 0, \left( \frac{dM_d}{dRP_m} \right) < 0, Y_r = \left( \frac{Y}{P} \right), RP_m = \left( \frac{P_m}{P} \right) \quad (3)$$

$$M_d^* = f_1(Y_r^*, RP_m^*), \left( \frac{dM_d}{dY_r} \right) > 0, \left( \frac{dM_d}{dRP_m^*} \right) < 0, Y_r^* = \left( \frac{Y^*}{P^*} \right), RP_m^* = \left( \frac{P_m^*}{P^*} \right) \quad (4)$$

Göreceli ithal fiyatları, yurt dışından yurt içine yapılan ihracatın yabancı para birimi cinsinden fiyatının  $P_x^*$  döviz kuruyla çarpımına eşit olduğu kabul edildiği için:

$$RP_m = \left( \frac{P_m}{P} \right) = \left( \frac{eP_x^*}{P} \right) = \left( \frac{eP^*}{P} \right) \left( \frac{P_x^*}{P^*} \right) = Q \left( \frac{P_x^*}{P^*} \right) = Qp_x^* \quad (5)$$

yazılabilir. Yukarıda  $p_x^*$  yurt dışından yurt içine yapılan ihracatın yabancı para birimi cinsinden fiyatı ve  $Q$  reel döviz kurudur. (6) no'lu eşitlikteki gibi tanımlanan reel döviz kurundaki bir artış yerli para biriminde değer kaybı anlamına gelmektedir:

$$Q = eP^* / P \quad (6)$$

Yurt dışından yurt içine gerçekleştirilen ithalat miktarı ve yurt içinden yurt dışına gerçekleştirilen ihracat miktarı için arz fonksiyonlarının aşağıdaki gibi olduğunu kabul edelim:

$$X_s = f_3(P_x, P) \text{ ve } X_s^* = f_4(P_x^*, P^*) \quad (7)$$

Yukarıda  $P_x$  yurt içi ihracatçılar tarafından talep edilen yerli para birimi cinsinden fiyatı göstermektedir. Denge durumunda:

$$M_d = X_s^* e \text{ ve } M_d^* = X_s \quad (8)$$

koşullarının sağlanması gerekmektedir. Ticaret dengesinin:

$$TB = p_x M_d^* - Q p_x^* M_d \quad (9)$$

şeklinde tanımlanması ve göreceli ithal fiyatları için çözümlenmesi ticaret dengesine yönelik indirgenmiş şekildeki modeli elde etmemize olanak sağlamaktadır:

$$TB = f(Y_r, Y_r^*, Q), \left( \frac{dT B}{dY_r} \right) < 0, \left( \frac{dT B}{dY_r^*} \right) > 0, \left( \frac{dT B}{dQ} \right) > 0 \quad (10)$$

Yukarıdaki eşitlikler doğrultusunda reel döviz kuru ve yurt dışı reel gelir ile ticaret dengesi arasında pozitif, yurtiçi reel gelirle ticaret dengesi arasında negatif bir ilişki beklenmektedir. Bir sonraki bölümde kullanılan veri tanımları ve zaman serisi özellikleri incelenmektedir.

#### **4. VERİ ve ZAMAN SERİSİ ÖZELLİKLERİ**

Bu çalışmada Brada vd. (1997), Akbostancı (2004) ve Kimbugwe (2007) çalışmalarına benzer tahmin amaçlı bir modelleme yapılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla üçer aylık veri sıklığına sahip ve 2003Q1 – 2018Q2 tahmin dönemini dikkate alan ekonometrik bir model oluşturulmaktadır. Örneklem döneminin 2003 yılından itibaren başlatılmasının nedeni modelleme aşamasında kullandığımız reel kur verilerinin 2003: 100 temel yılı kapsamında bu tarihten itibaren elde edilebilmiş olmasıdır. Ticaret dengesi ( $TB$ ) için nominal terimlerle ihracatın ithalata oranı dikkate alınmıştır. Bahmani-Oskooee (1991; 2001) ticaret dengesindeki gelişmeleri temsil etmek üzere kullanılabilir bu tür bir değişken tanımlaması doğrultusunda ticaret dengesinin hem nominal hem de reel terimler cinsinden model oluşturulması aşamasında ele alınabileceğini ve ölçüm birimlerinden etkilenmeyeceğini göstermektedir. Reel döviz kuru ( $Q$ ) değişkeni için Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ( $TCMB$ ) tarafından yayımlanan 2003: 100 temelli tüketici fiyat endeksine ( $Q_{cpi}$ ) dayalı reel efektif döviz kuru verileri dikkate alınmıştır. Bu endeks ülkemiz fiyat düzeyinin dış ticaret ilişkisi içerisine girilen ülkelerin fiyat düzeylerine oranının geometrik ortalaması alınarak hesaplanmakta, endeksdeki bir artış ulusal para biriminin yabancı para birimleri karşısında reel olarak değer kazandığını, diğer bir deyişle ulusal malların yabancı mallar cinsinden fiyatının arttığını göstermektedir. Yurt içi reel gelir

düzeyi değişkeni ( $Y_r$ ) 2009: 100 temelli gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) zincirleme hacim endeks değerleriyle ve yurt dışı reel gelir düzeyi değişkeni ( $Y_r^*$ ) 2010: 100 temelli G7 ülkeleri toplam sanayi üretim endeks değerleriyle temsil edilmiştir.

Ticaret dengesi hesaplamasına yönelik kullanılan veriler ile reel döviz kuru ve yurt içi reel gelir düzeyi verileri TCMB elektronik veri dağıtım sisteminden (<https://evds2.tcmb.gov.tr>, erişim tarihi: 29.10.2018), yurtdışı reel gelir düzeyi verileri ise Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) elektronik veri dağıtım sisteminden (<https://stats.oecd.org>, erişim tarihi: 29.10.2018) derlenmiştir. Kapalı bir işlevsel ilişki şeklinde, çalışmamızda kullanılan ticaret dengesi eşitliği aşağıdaki gibi gösterilebilir:

$$TB = f(Y_r, Y_r^*, Q) \quad (11)$$

ya da tam-logaritmik şekilde Eşitlik (12) yazılabilir:<sup>3</sup>

$$TB_t = \alpha_{0,t} + \alpha_1 \ln Y_{r,t} + \alpha_2 \ln Y_{r,t}^* + \alpha_3 \ln Q_t + \varepsilon_t \quad (12)$$

Yukarıda hata terimi ( $\varepsilon_t$ )  $E[\varepsilon_t] = 0$ ,  $E[\varepsilon_t^2] = \sigma^2$  ve bütün  $s \neq t$  için  $Kov[\varepsilon_t, \varepsilon_s] = 0$  şeklinde sıfır ortalamalı ve sabit varyanslı beklenen bir değere ve normal bir dağılıma sahip rastlantısal beyaz gürültü hata terimini,  $\alpha_0$  sabit terimi ve değişken ifadelerinin sonundaki "t" alt göstergesi zaman indeksini temsil etmektedir.<sup>4</sup> (12) no'lu eşitlikte ticaret dengesinin reel gelir esnekliğinin ( $\alpha_1$ ) önsel beklenti olarak negatif işaret taşıması beklenmektedir. Bunun nedeni, artan yurt içi reel gelir düzeyinin tüketim ve yatırım harcamalarındaki canlanmayla birlikte yurt içi harcama düzeyinin artışına ve bu durumun da artan ithalat hacmiyle birlikte ticaret dengesinde bir kötüleşmeye yol açmasıdır. Fakat reel gelir düzeyindeki artış harcama düzeyi üzerinde reel üretim düzeyinden çok daha az bir artışa yol açarsa gelir esnekliği pozitif bir işaret taşıyabilecektir. Ekonominin uzun dönemli sürdürülebilir büyüme sürecinin sağlanması, diğer koşullar veriyken, uzun dönemde ticaret fazlası vermesini gerektirebilmektedir. Bu durumda gelir esnekliği pozitif olacaktır. Ayrıca Domaç (1993) ve

<sup>3</sup> Değişkenlerin başındaki ifadesi doğal logaritma işlemcisini göstermektedir. Ticaret dengesi değişkeni şeklinde hesaplanmıştır.

<sup>4</sup> Yurt içi reel gelir değişkeni dışındaki değişkenler için mevsimsel arındırma işlemine başvurulmamış, yurt içi reel gelir değişkeni ise Census X-13 programı aracılığıyla mevsimsellikten arındırılmıştır. Bu durumun nedeni yurt içi reel gelir değişkeninin çok belirli bir mevsimsel dalgalanmaya maruz kalması, buna karşılık diğer değişkenlerde bu ölçüde kuvvetli bir mevsimselliğin görülmemesidir. Bu nedenle değişkenlerin orijinal zaman serisi özelliklerini bozmamak için yurt içi reel gelir dışındaki değişkenler için bu işlem gerçekleştirilmemiştir. Bu noktayı vurgulamamız konusunda dikkatimizi çeken anonim hakeme teşekkür ederiz.

Kimbugwe (2007) çalışmalarında vurgulandığı gibi, reel gelir artışı ithalata ikame mallarda bir artış meydana getiriyorsa ithalattaki azalma yurt içi reel gelirin işaretini pozitif yapabilecektir.

Yurt dışı reel gelir esnekliğinin ( $\alpha_2$ ) pozitif bir katsayı taşıması beklenmektedir. Bunun nedeni, yurt dışı reel gelirdeki artışın kısmen ihraç mallarına yönelik talepte de bir artışa yol açacağı varsayılmıştır. Fakat yurt içi reel gelir esnekliği için yapılan varsayımlara benzer şekilde artan yurt dışı reel gelirin harcamalara yönelmemesi durumunda beklenen pozitif katsayı elde edilemeyebilecektir. Ayrıca artan yurt dışı gelir düzeyi dolayısıyla ihracat hacminde bir artış meydana gelse bile yurt içi reel gelir düzeyinde meydana gelen artışın yüksek bir marjinal harcama eğilimiyle ithalat hacmini arttırması durumunda ticaret dengesi üzerindeki net etki hangi etkinin daha baskın olduğuna bağlı olacaktır.

Reel döviz kuru esnekliğiyle ( $\alpha_3$ ) ilgili olarak, yerli parada gerçekleşen reel değer kayıplarının uzun dönemde ihraç mallarının rakip mallar karşısında göreceli olarak ucuzlaması ve ithal mal fiyatlarının yerli para birimi cinsinden değerlerinin artması nedeniyle ticaret dengesini iyileştireceği ve dolayısıyla ticaret dengesinin reel döviz kuru esnekliğinin pozitif bir işaret taşıması gerektiği varsayılmaktadır. Ancak ihracat mallarına yönelik talebin fiyat değişimlerine karşı tepki verme süresine bağlı olarak yerli paradaki reel değer kayıpları, dolayısıyla kısa dönemde ticaret dengesi üzerinde gerçekleşen etki farklılaşabilecektir. Ülkelerarası göreceli fiyat değişimleri karşısında ihraç mallarına yönelik talebin ve artan ithal fiyatlarına karşılık ithalat hacminin gösterdiği tepki ne kadar gecikmeli olursa yerli para değer kayıplarının ticaret dengesi üzerindeki iyileştirici etkisi o oranda gecikecek ve kısa dönemde yerli paradaki reel değer kayıpları ticaret dengesini kötüleştirebilecektir. Bu etkiler birlikte dikkate alındığında ticaret dengesi üzerinde *J*-eğrisi gibi bir etki gerçekleşebilmektedir.

Çalışmada ticaret dengesi model tahminine girişmeden önce kullanılan değişkenlerin birim kök bilgisi incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) (Dickey ve Fuller, 1981) ve KPSS (Kwiatkowski vd. 1992) gibi standart birim kök sınamalarının yanı sıra Zivot ve Andrews (ZA) (1992) ve Lee ve Strazicich (LS) (2003) gibi tek ve çift içsel kırılmanın varlığına izin veren bir dizi birim kök sınama yöntemine başvurulmuştur. Sınama sonuçları Tablo 1 içerisinde okuyucuya aktarılmaktadır:



**Tablo 1.** Birim Kök Sınamaları<sup>5</sup>

Değişkenler	ADF	KPSS	ZA	LS	Cıkarılma
$TB$	-3.54	0.11	-5.36	-4.07	I(0)
$\Delta TB$	-7.59	0.31	-6.14	-6.31	I(0)
$\ln Y_r$	-0.90	0.98	-4.84	-2.68	I(1)
$\Delta \ln Y_r$	-7.94	0.10	-8.71	-7.78	I(0)
$\ln Y_r^*$	-3.44	0.14	-7.54	-4.06	I(0)
$\Delta \ln Y_r^*$	-3.83	0.06	-5.68	-4.80	I(0)
$\ln Q$	-1.43	0.63	-4.27	-2.32	I(1)
$\Delta \ln Q$	-8.54	0.36	-5.92	-3.83	I(0)
<u>Kritik değ.</u>					
5%	-2.91	0.46	-4.93	-3.56	

Birim kök tahmin bulgularına göre düzey değerleri itibariyle ticaret dengesi ve yurt dışı reel gelir değişkenleri  $I(0)$  ya da durağan sonuç verirken yurt içi reel gelir ve reel kur değişkenleri  $I(1)$  ya da birinci dereceden bütünleşik bir yapıda bulunmaktadır. Bu nedenle modelin tahmin işlemi için çağdaş bir zaman serisi tahmin yöntemi olan ardışık bağımlı gecikmesi dağıtılmış sınır testi yaklaşımına başvurulacaktır.

## 5. ARDIŞIK BAĞLANIMLI GECİKMESİ DAĞITILMIŞ ( $ARDL$ ) SINIR TESTİ

Önceki bölümde kullanılan değişkenler farklı bütünleşme derecesine sahip olarak bulunmuştur. Bu nedenle tek denklemlili Engle ve Granger (1987) ya da bir vektör ardışık bağımlı ( $VAR$ ) yapısı altında en çok olabilirlik temelli Johansen (1995) çok değişkenli eşbütünleşim yöntemlerinin kullanımı dikkate aldığımız veri yapısına uygun düşmemektedir. Bu yaklaşımlardan farklı olarak, Pesaran vd. (2001) tarafından önerilen  $ARDL$  sınır testi yaklaşımı  $I(0)$  ya da  $I(1)$  değişkenlerin birlikte bir eşbütünleşik değişken uzayı içerisinde bulunmalarına izin vermektedir. Aşağıdaki vektör hata düzeltme modeli dikkate alınır:

$$\Delta Y_t = \mu + \lambda Y_{t-1} + \sum_{j=1}^{p-1} \gamma_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (13)$$

Yukarıda  $Y_t = [y_t, x_t]'$  şeklinde tanımlanan değişken vektörüdür. Kendi çalışmamız kapsamında  $y_t$  ifadesi ticaret dengesi değişkeniyle temsil edilen içsel değişkeni ve  $x_t$  ifadesi

<sup>5</sup>  $\Delta$  fark işlemcisidir. ADF, ZA ve LS sınamaları birim kök sıfır varsayımı dikkate alınırken KPSS sınaması sıfır varsayımı olarak durağanlığı kullanılmaktadır.

ticaret dengesini önsel beklentiler doğrultusunda etkileyeceğini varsaydığımız yurt içi reel gelir, yurt dışı reel gelir ve reel döviz kuru açıklayıcı değişkenlerini simgelemektedir.  $\mu = [\mu_y, \mu_x]'$  sabit katsayı vektörü olup ve  $\Delta = (1-L)$  fark işlemcisidir.  $\varepsilon_t = [\varepsilon_y, \varepsilon_x]'$   $\sim N(0, \Omega)$  hata terimleri vektörü normal dağılımlı, sıfır ortalamalı ve sabit varyanslı varsayılmaktadır. (13) no'lu eşitlikte  $\lambda$  uzun dönem çarpan matrisi ve  $\gamma$  kısa dönem tepki matrisidir:

$$\lambda = \begin{bmatrix} \lambda_{yy} & \lambda_{yx} \\ \lambda_{xy} & \lambda_{xx} \end{bmatrix} = - \left( I - \sum_{j=1}^p \phi_j \right) \quad (14)$$

$$\gamma_j = \begin{bmatrix} \gamma_{yy,j} & \gamma_{yx,j} \\ \gamma_{xy,j} & \gamma_{xx,j} \end{bmatrix} = - \sum_{k=j+1}^p \phi_k \quad (15)$$

$I$  birim matrisi ve  $\phi_j$  vektör ardışık bağlanım modeli katsayı matrisidir.  $\lambda$  matrisinin köşegen elemanlarının sınırlandırılmaması kullanılan zaman serilerinin  $I(0)$  ya da  $I(1)$  olmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin  $\lambda_{yy} = 0$  ifadesi  $y$  değişkeninin  $I(1)$  ve  $\lambda_{yy} < 0$  ifadesi değişkenin  $I(0)$  olmasını ifade etmektedir. Uzun dönem çarpan matrisinin köşegen dışı elemanlarından biri,  $\lambda_{yx}$  ya da  $\lambda_{xy}$ , sıfır değerini alabilmektedir. Bu yöntemsel kapsam dahilindeki sınır testi yaklaşımı değişkenler arasındaki tek denklemlilik eşbütünlük bir ilişkinin değişkenlerin  $I(0)$  ya da  $I(1)$  olmalarına aldırış edilmeksizin tahmin edilebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu açıklamalar izlenerek aşağıdaki eşbütünlük ilişki yazılabilir:

$$\Delta y_t = \alpha + \varphi y_{t-1} + \delta x_{t-1} + \omega \Delta x_t + \sum_{j=1}^{p-1} \beta_{p,j} \Delta y_{t-j} + \sum_{j=1}^{q-1} \beta_{x,j} \Delta x_{t-j} + u_t \quad (16)$$

(16) no'lu eşitlikte  $\varphi$  ve  $\delta$  uzun dönem çarpan katsayılarını ve  $\Delta y_{t-j}$  ve  $\Delta x_{t-j}$  hata düzeltme modelinin kısa dönem dinamik yapısını göstermektedir. Sınır testi yaklaşımı (16) no'lu eşitliğin trend bileşenini içeren veya içermeyen bir şekilde en küçük kareler (*OLS*) yöntemiyle tahmin edilmesini gerektirmekte ve  $F$  – istatistikleri yardımıyla  $y_t$  ve  $x_t$  değişkenlerinin düzey değerleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır:

$$\begin{aligned} H_0 &: \varphi = 0, \delta = 0 \\ H_1 &: \varphi \neq 0, \delta \neq 0 \end{aligned} \quad (17)$$

(17) no'lu eşitlikte  $F$  – ya da *Wald* – sınamaları ile  $H_0$  hipotezinin reddedilmesi  $H_1$  hipotezinin kabul edilmesine yol açacak ve değişkenler arasındaki uzun dönemli bir denge ilişkisini gösterecektir. Tahmin edilen istatistikler Pesaran vd. (2001) çalışmasında aktarılan ve standart olmayan bir dağılıma sahip ölçüt değerlerin kavuşmazda sahip olması gereken değerlerle karşılaştırılmaktadır. Hesaplanan  $F$  – istatistiğinin eşik değerlerin dışına düşmesi durumunda, değişkenlerin  $I(0)$  ya da  $I(1)$  şeklinde bütünleşme derecelerini bilmeye gerek kalmaksızın değişkenlerin düzey değerleri arasında eşbütünleşik bir ilişkinin varlığıyla ilgili kesin bir yorum yapılabilmektedir. Bu durumda  $F$  – istatistiğinin üst eşik sınır değerinin üzerinde tahmin edilmesi değişkenler arasında eşbütünleşik bir ilişkinin bulunmadığı  $H_0$  varsayımının reddedilmesine yol açmakta,  $F$  – istatistiğinin alt eşik sınır değerinden düşük bulunmasıysa  $H_1$  alması varsayımının kabul edildiğini ve değişkenler arasında eşbütünleşik bir ilişkinin bulunmadığını göstermektedir. Hesaplanan  $F$  – istatistiğinin eşik sınır değerlerinin arasına düşmesi durumundaysa, değişkenler arasındaki olası bir eşbütünleşik ilişkinin varlığıyla ilgili olarak değişkenlerin bütünleşme derecelerinin bilinmesi gerekmektedir.

(16) no'lu eşitlikte bağımlı değişkenin bir dönem gecikmeli katsayısının  $t$  – istatistiği değerinin Pesaran vd. (2001) tarafından aktarılan kritik değerleri aşması da modeldeki değişkenler arasında eşbütünleşik bir ilişkinin varlığını gösterebilecektir. Daha sonra yaygın kullanılan model seçimi gecikme bilgi ölçütleri aracılığıyla *ARDL* modelinde yer alan değişkenler için uygun gecikme uzunluğu saptanmakta ve bu şekilde seçilen model için uzun dönemli denge ve kısa dönemli hata düzeltme modeli katsayıları *OLS* yöntemiyle tahmin edilmektedir.

## 6. SINIR TESTİ TAHMİN BULGULARI

Bir sonraki aşamada *ARDL* eşbütünleşim denklemi ve hata düzeltme modeli tahmin edilmektedir. Bu amaçla öncelikle uygun gecikme uzunluğu ( $p$ ) belirlenmektedir. Pesaran vd. (2001) izlenerek ve Akaike (AIC) ve Schwarz (SC) bilgi ölçütleri dikkate alınarak  $p = 1, 2, \dots, 6$  için (16) no'lu koşullu hata düzeltme modeli trend içeren ve içermeyen bir şekilde *OLS* yöntemiyle tahmin edilmektedir.

**Tablo 2.** (12) No'lu Ticaret Dengesi Eşitliği İçin Gecikme Sayısı Seçimi

Deterministik Trendsiz						Deterministik Trendli				
<i>p</i>	AIC	SC	$\chi_{sc}^2(1)$	$\chi_{sc}^2(4)$	Reset	AIC	SC	$\chi_{sc}^2(1)$	$\chi_{sc}^2(4)$	Reset
1	-2.79	-2.37	0.52	1.38	0.13	-2.77	-2.32	0.05	1.80	0.57
2	-2.81	-2.24	10.25*	3.11**	1.15	-2.81	-2.21	12.8***	3.27**	0.13
3	-3.20	-2.49	0.55	0.55	1.82	-3.30	-2.95	0.05	0.21	0.59
4	-3.17	-2.30	4.02***	1.64	0.45	-3.21	-2.31	2.69	0.95	0.38
5	-3.19	-2.18	0.01	0.52	1.79	-3.20	-2.15	0.24	0.32	2.34
6	-3.18	-2.01	1.14	0.29	2.27	-3.16	-1.96	1.32	0.45	2.37

Tablo 2’de  $\chi_{sc}^2(1)$  ve  $\chi_{sc}^2(4)$  sırasıyla birinci ve dördüncü dereceden ardışık bağımlılık (serial correlation) olmaması sıfır varsayımı altında Breusch-Godfrey hata terimleri Lagrange çarpanı ardışık bağımlılık sınaması  $F$  – istatistiklerini ve Reset ifadesi Ramsey Reset testi  $F$  – istatistiklerini temsil etmektedir. ‘\*’, ‘\*\*’, ve ‘\*\*\*’, ifadeleri sırasıyla 0.01, 0.05 ve 0.10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Bütün modeller içerisinde 3 gecikme uzunluğunu kullanan tahmin modeli  $ARDL$  eşitliği için bilgi ölçütlerini en düşük yapan değeri almakta, aynı zamanda herhangi bir ardışık bağımlılık ve yanlış fonksiyonel belirlenme özelliği taşımamaktadır:

**Tablo 3.** ARDL Sınırlandırılmamış Hata Düzeltme Modeli  
(White-Hinley değişen varyans tutarlı standart hata ve ortak varyans)

Bağımlı Değ: $\Delta TB$	Katsayı	Std. hata	$t$ – istatistiği	Olasılık
C	c(1) = -16.77	7.87	-2.13	0.04
$TB_{t-1}$	c(2) = -0.51	0.10	-5.16	0.00
$\ln Y_{r,t-1}$	c(3) = -1.15	0.52	-2.22	0.03
$\ln Y_{r,t-1}^*$	c(4) = 0.89	0.50	1.79	0.08
$\ln Q_{t-1}$	c(5) = -0.26	0.12	-2.19	0.03
<i>trend</i>	c(6) = 0.02	0.01	-2.32	0.03
$\Delta TB_{t-1}$	c(7) = -0.09	0.13	-0.72	0.47
$\Delta TB_{t-2}$	c(8) = -0.19	0.11	-1.80	0.08
$\Delta TB_{t-3}$	c(9) = -0.21	0.11	-1.83	0.07
$\Delta \ln Y_{r,t}$	c(10) = 0.30	0.39	0.77	0.44
$\Delta \ln Y_{r,t-1}$	c(11) = 1.78	0.49	3.62	0.00
$\Delta \ln Y_{r,t-2}$	c(12) = 2.00	0.40	5.05	0.00
$\Delta \ln Y_{r,t-3}$	c(13) = 1.37	0.32	4.34	0.00
$\Delta \ln Y_{r,t}^*$	c(14) = 2.05	0.56	3.69	0.00
$\Delta \ln Y_{r,t-1}^*$	c(15) = -1.86	0.68	-2.72	0.00
$\Delta \ln Y_{r,t-2}^*$	c(16) = -1.22	0.55	-2.22	0.03
$\Delta \ln Y_{r,t-3}^*$	c(17) = 0.96	0.46	2.09	0.04
$\Delta \ln Q_t$	c(18) = 0.09	0.14	0.66	0.51
$\Delta \ln Q_{t-1}$	c(19) = 0.11	0.17	0.67	0.50
$\Delta \ln Q_{t-2}$	c(20) = -0.19	0.13	-1.46	0.15
$\Delta \ln Q_{t-3}$	c(21) = 0.04	0.11	0.37	0.71
$R^2 = 0.77$ Uyarlanmış $R^2 = 0.65$ $F$ – ist. = 6.33 <i>Durbin – Watson – ist</i> = 1.94				

Olası bir eşbütünlük ilişki Pesaran vd. (2001) Tablo CI(iv), Tablo CI(v) ve Tablo CII(v) içerisinde aktarılan kritik değerler ile tahmin bulguları karşılaştırılarak incelenmektedir:

**Tablo 4.** Eşbütünlük İlişkinin Sınanması İçin  $F$  – ve  $t$  – İstatistikleri

$p$	$F_{iv}$	$F_v$	$t_v$
3	9.30	14.46	-5.16
<u>0.05 Tablo kritik değeri</u>			
$I(0)$	3.38	4.01	-3.41
$I(1)$	4.23	5.07	-4.16

$F_v$  ifadesi değişken düzey katsayılarının bir dönem gecikmeli değerlerine ve deterministik trend bileşenine sıfır değerini kısıtlayan Wald sınamaları  $F$  – istatistiğini göstermektedir.  $F_v$  ifadesi ise yalnızca değişken düzey katsayılarının bir dönem gecikmeli değerlerine sıfır değerini kısıtlayan Wald sınamasıdır.  $t_v$  ifadesi bağımlı değişkenin düzey katsayısının bir dönem gecikmeli değerinin  $t$  – istatistiğidir. Yukarıdaki tablo kapsamında  $F_v$  göstergesi  $H_0 : c(2) = c(3) = c(4) = c(5) = c(6) = 0$  hipotezini sınarken  $F_v$  göstergesi  $H_0 : c(2) = c(3) = c(4) = c(5) = 0$  hipotezini sınamaktadır.  $t_v$  göstergesi de  $c(2)$  katsayısının anlamlılığını göstermektedir.

Tablo 4’e göre tahmin ettiğimiz model için  $F$  – istatistikleri üst kritik değerleri aşmakta, dolayısıyla zaman serilerinin  $I(0)$  ya da  $I(1)$  olmaları dikkate alınmaksızın bunlar arasında eşbütünleşik bir ilişki bulunmaktadır. Bağımlı değişkenin bir dönem gecikmeli düzey değerinin  $t$  – istatistiği de eşbütünleşik ilişkinin varlığını doğrulamaktadır. Bárdsen (1989) izlenerek (16) no’lu eşitlikte uzun dönem katsayıları bağımsız değişkenlerin bir dönem gecikmeli düzey katsayıları bağımlı değişkenin bir dönem gecikmeli düzey katsayısına bölünüp elde edilen sonucun eksi 1 ile çarpılması ile elde edilebilecektir (16 no’lu eşitlik kapsamında  $\left(-\frac{\delta}{\phi}\right)$  ifadesi bu normalleştirmeyi gösterecektir). Bu doğrultuda Tablo 3 kullanılarak elde edilen uzun dönem katsayıları aşağıya aktarılmıştır:

**Tablo 5.** Ticaret Dengesi İlişkisi Uzun Dönem Katsayıları

$TB$	$\ln Y_r$	$\ln Y_r^*$	$\ln Q$
-1.00	-2.25	1.75	-0.51

Bu tahminlerin ışığında (16) no’lu eşitlikte  $p$  ve  $q$  değerlerinin farklılaşmasına izin verilebilir. Bu tür bir yaklaşım çok sayıda  $ARDL$  modelinin tahmin edilmesini gerektirecektir. Yukarıdaki bulgularımız doğrultusunda bağımlı ve bağımsız değişkenler için en yüksek gecikme sayısı 3 olarak dikkate alınmak üzere farklı  $ARDL$  modelleri EViews 10.0 ekonometri paket programı içerisinde tahmin edilmiş ve en uygun model  $ARDL(3,2,2,2)$  olarak saptanmıştır. Bu modelden elde edilen katsayı tahminleri de aşağıya aktarılmıştır (standart hatalar parantez içerisinde):

**Tablo 6.** *ARDL(3,2,2,2)* Ticaret Dengesi Modeli Uzun Dönem Katsayıları

<i>TB</i>	$\ln Y_r$	$\ln Y_r^*$	$\ln Q$
-1.00	-1.74 (0.73)	2.01 (0.89)	-0.82 (0.39)

Tablo 5 ve Tablo 6 katsayı bulguları uyum içerisinde gözükmektedir. Tablo 6 izlenerek yurt içi reel gelir düzeyindeki %1’lik bir artış dış dengenin %1.74 oranında kötüleşmesine neden olmaktadır. G7 ülkeleri sanayi üretim endeksi ile temsil edilen yurt dışı reel gelirdeki bir artış ticaret dengesini olumlu bir şekilde etkilemektedir. Yurt dışı reel gelirin % 1 artması ticaret dengesini %2.01 oranında iyileştirmektedir. Reel kur ile ticaret dengesi arasında da negatif bir ilişki bulunmaktadır. Reel kurdaki %1’lik bir artış ya da kullandığımız reel kur endeksi doğrultusunda ulusal paranın yabancı para birimlerine karşı reel olarak değerlendirilmesi ticaret dengesini %0.82 oranında kötüleştirilmektedir. Reel döviz kuru değer kaybına neden olabilecek bir iktisat politikası uzun dönemli olarak ticaret dengesinin iyileşmesine hizmet etmektedir. Bu durum ulusal paradaki reel değerlendirilmenin uzun dönemde dış alımı özendirirken dış satımı caydırıcı bir unsur oluşturduğunu göstermektedir. Bulgular önsel beklentilerimiz ile tutarlı gözükmektedir. *ARDL(3,2,2,2)* modeli kısa dönem hata düzeltme modeli Tablo 7’de sunulmaktadır:

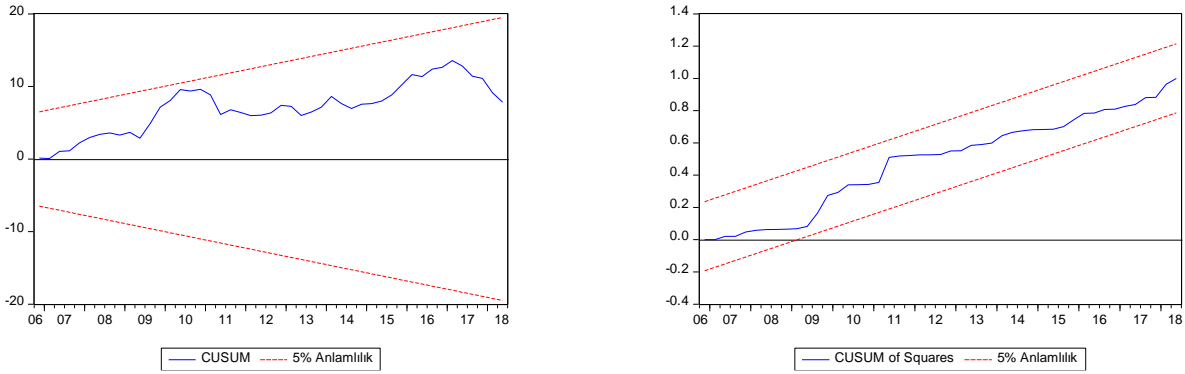
**Tablo 7.** Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli

Değişken	Katsayı	Std. hata	<i>t</i> – istatistiği	Olasılık
$d(TB)_{t-1}$	-0.23	0.11	-2.16	0.04
$d(TB)_{t-2}$	-0.10	0.05	-1.99	0.05
$d(\ln Y_r)_t$	-0.58	0.18	-3.24	0.00
$d(\ln Y_r)_{t-1}$	-0.24	0.06	-3.98	0.00
$d(\ln Y_r^*)_t$	-2.63	0.62	-4.26	0.00
$d(\ln Y_r^*)_{t-1}$	0.91	0.54	1.70	0.10
$d(\ln Q)_t$	0.34	0.16	2.13	0.04
$d(\ln Q)_{t-1}$	0.16	0.09	1.77	0.08
$EC_{t-1}$	-0.34	0.09	-3.97	0.00

C

$R^2 = 0.61$  Uyarlanmış  $R^2 = 0.53$   $F - ist. = 5.07$  *Durbin – Watson – ist = 2.01*

Yurt içi reel gelir değişkeni açısından uzun dönem bulgularına benzer sonuçlar elde edilmekte, reel gelir büyümesi dış denge üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Dış dünya reel gelir büyümesinin ise dinamik uyarılma sürecinde hem olumlu hem de olumsuz bir etkisine rastlanmaktadır. Reel döviz kuru değişim oranı ile dış denge arasında ise kısa dönemli olarak pozitif bir ilişki bulunmakta, reel kurda gözlenen pozitif artış oranları dış dengenin kötüleşmesine neden olmaktadır.<sup>6</sup> Tahmin ettiğimiz modelde uzun dönem durağan dış denge ilişkisinden sapmalarının yaklaşık %34'ü bir dönem içerisinde ortadan kalkmaktadır. Model herhangi bir tanı koyma sorunu göstermemektedir. Bu modele ait CUSUM ve CUSUMSQ istikrar sınamaları kısaca aşağıya aktarılmıştır. Modelde önemli bir istikrarsızlık sorunu ile karşılaşılmamaktadır:



Şekil 1. Hata Düzeltme Modeli İstikrar Sınamaları

## 7. SONUÇ

Çalışmamızda Türkiye ekonomine yönelik ticaret dengesinin belirleyicileri incelenmiştir. Bu amaçla öncelikle incelenen iktisat yazınından da yararlanılarak kuramsal temelli bir model oluşturulmuş, daha sonra çağdaş ekonometri kuramı zaman serisi tahmin yöntemlerindeki gelişmeler ışığında bu model Türkiye ekonomisi verileri ile sınanmıştır. Ardışık bağımlı gecikmesi dağıtılmış sınır testi yaklaşımı kullanılarak elde ettiğimiz bulgular değişkenler arasında kuramsal model ile tutarlı bir şekilde uzun dönemli durağan bir ilişkinin bulunduğunu göstermiştir. Tahmin sonuçlarına göre yurt içi reel gelirdeki artışlar ticaret dengesini kötüleştirirken, yurt dışı reel gelir artışı ticaret dengesini iyileştirmektedir.

<sup>6</sup> Ancak, belirtmek isteriz ki, kuramsal olarak iktisadi modellemeler daha çok uzun dönemli denge durumlarını ortaya koymaya yönelik olarak yapılmakta ve bu şekilde beklenti oluşum süreçleri belirlenmektedir. Dolayısıyla gerçekleştirdiğimiz dinamik uyum süreci sonucunda elde ettiğimiz katsayılar ile ilgili yorumlara uzun dönemli katsayı değerlendirmelerine göre daha ihtiyatlı bir şekilde yaklaşılmalıdır. Bu noktaya dikkatimizi çeken anonim hakeme teşekkür ederiz.



Reel kur değişimlerinin ticaret dengesi üzerindeki etkisi incelendiğinde ise ulusal paranın yabancı para birimlerine karşı uzun dönemde reel olarak değerlenmesinin ticaret dengesini kötüleştirdiği gözlenmiştir. Ayrıca gerçekleştirilen hata düzeltme modellemesine göre uzun dönem ticaret dengesi ilişkisinden sapmaların yaklaşık %34'ü bir gözlem dönemi içerisinde ortadan kalkmaktadır. Çalışmanın sonunda bulgularımız doğrultusunda yaptığımız değerlendirmelerin son derece eleştiriye açık bir içerik taşıdığı belirtilmelidir. Dolayısıyla ticaret dengesini açıklamaya yönelik, aynı zamanda örneklem dönemini uzatan gelecek tarihli çalışmaların kendi çalışmamızda ulaştığımız sonuçların geçerliliğinin sorgulanması için gerekli olduğu düşünölmektedir.

## **KAYNAKÇA**

Akbostancı, E. (2004), "Dynamics of the Trade Balance: The Turkish J-Curve", *Emerging Markets Finance and Trade*, 40(5), s. 57-73.

Bahmani-Oskooee, M. (1991), "Is There a Long-Run Relation Between the Trade Balance and the Real Effective Exchange Rate of LDCs?", *Economic Letters*, 36(4), s. 403-407.

Bahmani-Oskooee, M. (2001), "Nominal and Real Effective Exchange Rates of Middle Eastern Countries and Their Trade Performance", *Applied Economics*, 33(1), s. 103-111.

Bårdsen, G. 1989, "Estimation of Long Run Coefficients in Error Correction Models", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 51(2), s. 345-350.

Brada, J. C., Kutan, A.M. ve Zhou, S. (1997), "The Exchange Rate and the Balance of Trade: The Turkish Experience", *The Journal of Development Studies*, 33(5), s. 675-692.

Çelik, T., Çelik, B. ve Barak, D. (2017). Geçiş Ekonomilerinde Reel Döviz Kuru Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), s. 877-890

Dickey, D. and Fuller, W.A. (1981), "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Econometrica*, 49(4), s. 1057-1072.

Doğan, Z. ve Kurt, Ü. (2016), "Türkiye Ekonomisinde Reel Döviz Kuru ve İthalat İlişkisi", *The Journal of Academic Social Science Studies*, (45), s. 327-336.

Domaç, İ. 1993, "The J-Curve Phenomenon and Its Existence in Turkey", *Yapı Kredi Economic Review*, 6, s. 65-80.

Engle, R.F. and Granger, C.W.J. (1987), "Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing", *Econometrica*, 55(2), s. 251-76.

Goldstein, M. ve Khan, M.S. (1985), "Income and Price Effects in Foreign Trade", In: Ronald W. Jones and Peter B. Kenen (eds.), *Handbook of International Economics*, (2), Amsterdam: North Holland, s. 1041-1105.

<https://evds2.tcmb.gov.tr>, erişim tarihi: 29.10.2018.

<https://stats.oecd.org>, erişim tarihi: 29.10.2018.

Johansen, S. (1995). *Likelihood-based Inference in Cointegrated Vector Autoregressive Models*, Oxford: Oxford University Press.

Jones, C.I. (1998). *Introduction to Economic Growth*. New York, N.Y.: W.W. Norton & Company, Inc.

- Karabulut, Ş. (2018), “Türkiye’de Dış Ticaret ve Milli Gelir İlişkisinin Ampirik Analizi (1970-2016)”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 11(Prof. Dr. Harun TERZİ Özel Sayısı), s. 425-442
- Kimbugwe, H. (2007), “The Bilateral J-curve Hypothesis between Turkey and Her 9 Trading Partners”, *MPRA Paper*, No. 4254.
- Kwiatkowski, D., Phillips, P.C.B., Schmidt, P. ve Shin, Y. (1992), “Testing the Null Hypothesis of Stationary Against the Alternative of a Unit Root”, *Journal of Econometrics*, 54, s. 159-178.
- Lee, J. ve Strazicich, M.C. (2003), “Minimum Lagrange Multiplier Unit Root Test with Two Structural Breaks”, *Review of Economics and Statistics*, 85(4), s. 1082-1089.
- Pesaran, M.H, Shin, Y. ve Smith, R.J. (2001), “Bound Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships”, *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), s. 289-326.
- Rose, A.K. ve Yellen, J.L. (1989), “Is There a J-curve”, *Journal of Monetary Economics*, 24(1), s. 53-68.
- Salvatore, D. (1998). *International Economics (International Edition)*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Stučka, T. (2004), “The Effects of Exchange Rate Change on the Trade Balance in Croatia”, *IMF Working Paper*, No. 04/65.
- Tapşın, G. ve Karabulut, A. T. (2013). Reel Döviz Kuru, İthalat Ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (26), s. 190-205
- Yücesan, M., Torun, M and Kurt, S. (2017). Döviz Kuru Değişimlerinin Dış Ticaret Üzerine Etkileri: Türkiye’nin Yeni Dış Ticaret Pazarları Arayışında Seçilmiş Ülke Grupları Üzerine Ekonometrik Bir Analiz, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 52(10), s. 1288-1297
- Zivot, E. and Andrews, D.W.K. (1992), “Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shock, and the Unit-Root Hypothesis”, *Journal of Business & Economic Statistics*, 10(3), s. 251-270.

**Citation:** Yılmaz, N. K. (2019), Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Finansal Performansının TOPSİS Yöntemiyle Ölçümü, BMIJ, (2019), 7(1): 423-443 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1080>

## GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIKLARININ FİNANSAL PERFORMANSININ TOPSİS YÖNTEMİYLE ÖLÇÜMÜ

Nurgün Komşuoğlu YILMAZ<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 03/01/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 14/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

Gayrimenkul yatırım ortaklıkları (Real Estate Investment Trusts-REITs) gayrimenkul ile ilgili büyük çapta projelerde yatırım yapacak teşebbüslere finansal sermaye sağlayan bir kuruluştur. Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları veya yaygın olarak kullanılan kısaltmasıyla GYO'lar bir yatırım aracı olarak yatırımcılara düşük risk ve uzun vadede yüksek kazanç vaad etmektedir. GYO'lar kendileri müteahhitlik yapmazlar. Büyük projelerin yapılmasında fon sağlayarak proje bitiminde alım satım ve kiralama aktivitelerinden gelir sağladıkları gibi halka açılarak hisse senedi satarlar ve yatırımcılara kâr payı öderler. Bu çalışmada 2018 yılında Borsa İstanbul'da işlem gören GYO'lardan verilerine ulaşılabilen ve verileri devamlılık sağlayan 28 GYO'ya ait büyük bölümü daha önceki çalışmalarda kullanılmamış 24 farklı veri (finansal oranlar ve diğer finansal veriler) TOPSİS yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda her bir GYO'ya ait performans skorları tespit edilmiş ve 28 GYO için finansal performans sıralaması oluşturulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Finansal Performans, GYO, TOPSİS

**JEL Kodları:** G10, R30

## FINANCIAL PERFORMANCE OF REAL ESTATE INVESTMENT TRUSTS WITH TOPSIS ANALYSIS

### ABSTRACT

Real Estate Investment Trusts (REITs) are financial institutions that provide financial capital to undertakings that will invest in large scale projects related to real estate. Real Estate Investment Trusts, or more commonly known as REITs, promise investors a low risk and high yield in the long term as an investment instrument. REITs do not act as contractors themselves. By providing funds for the construction of large projects, the company sells shares and pays dividends to investors as it provides income from trading and leasing activities at the end of the project. In this study, the data of 33 REITs traded in Borsa Istanbul in 2018 were analyzed and 24 different data which most of them not used in previous studies (financial ratios and other financial data) belonging to 28 REITs that provide data continuity were evaluated with TOPSIS method. As a result of the study, performance scores of each REIT were determined and a financial performance ranking for 28 REITs was established.

**Keywords:** Financial Performance, REIT, TOPSIS

**JEL Codes:** G10, R30

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, İşletme (İng) Bölümü [nurgunyilmaz@aydin.edu.tr](mailto:nurgunyilmaz@aydin.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-9050-9796>

## 1. GİRİŞ

Geleneksel bir gayrimenkul yatırım ortaklığı (GYO), esas olarak taşınmazlar, ipoteğe konu varlıklar ve her ikisini birden elde etmek için oluşturulan kapalı uçlu bir fondur. Bu tip bir yatırım fonu yatırımcılara taşınılmaza yatırım yapma ve aynı zamanda yatırım ortaklarına ve hissedarlara sağlanan faydalardan faydalanma fırsatını sunmaktır (Case, 2013; Su, Erickson, & Wang, 2003). Gayrimenkul yatırım ortaklıkları; “gayrimenkul ve gayrimenkule dayalı sermaye piyasası araçlarına, gayrimenkul projelerine, gayrimenkule dayalı haklara ve sermaye piyasası araçlarına yatırım yapabilen, belirli projeleri gerçekleştirmek üzere adi ortaklıklar kurabilen sermaye piyasası kurumları” olarak tanımlanmaktadır (Oy ve Güngüler, 2010).

Gayrimenkul yatırım ortaklıkları çok yeni bir kavram değildir ve temelleri 1900’lü yılların başlarında Boston’da atılmış, 1929 yılındaki büyük buhrana kadar devam etmiştir. (Oy ve Güngüler, 2010). ABD’de GYO’ları 1960 yılında Kongre tarafından tüm yatırımcılara, özellikle küçük yatırımcılara gelir getirici gayrimenkullere erişim sağlamak amacıyla kurulmuş ve o zamandan beri gelişim göstererek dünya çapında 35’ten fazla ülkeye model oluşturmuştur (Nareit, 2018).

ABD’deki GYO’ların gelişimi dolaylı olarak birbiriyle ilgili iki finansal hedefe hizmet etmiştir. Birincisi, küçük ve bireysel yatırımcıların gayrimenkul yatırımları yapmalarına ve yeni bir varlık sınıfı ekleyerek portföylerini geliştirmelerine ve bu sınıf içinde kolayca çeşitlenmelerine izin vermektedir. İkincisi, daha önce kullanılmayan sermaye kaynağına agayrimenkul yatırımcılarının erişimini sağlamaktır (Semer, 2009). 1980’ler boyunca, yatırımcılar sınırlı ortaklıklar tarafından sunulan vergi korunakları aradıklarından, emlak fiyatları yükselmiş ve GYO’ların sınırlı yetenekleri bu cazip alımlarla büyümüştür (Block, 2015).

GYO’lar kâr sağlayacaklarına inandıkları mülklere yatırım yaparlar ve proje geliştirirler. Bugün de apartman topluluklarından lüks alışveriş merkezlerine ve golf sahalarına kadar her türlü mülke yatırım yapan GYO’lar bireysel yatırımcılara portföylerini çok çeşitli faydalar sağlayan bir varlık sınıfı haline getirme fırsatı sunmaktadır. Amerika’da New York, Amerikan ve NASDAQ piyasalarında işlem gören değerli hisseleri alınıp satılmaktadır. Buradaki kanuna göre kârların % 95’ini dağıtmak zorunda olduklarından özellikle gelir odaklı yatırımcılara çekici görünen bir yatırım aracı olmaktadır (Oy ve Güngüler, 2010).

Türkiye’de ise GYO’lar ilk defa 1995 yılında kurulmuş; 1997 yılında Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemeleri gereğince halka açılıp borsaya kote olmuşlardır. 23 Ocak 2014 tarihinde

GYO'lara ilişkin esaslar tekrar düzenlenmiş ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun III-48.1 sayılı "Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği" hükümlerine tabi hale getirilmişlerdir (SPK, 2014).

Faaliyetlerinden dolayı elde ettikleri kazançlar, kurumlar vergisinden istisnadır (KVK, Md.5). Bakanlar kurulu kararıyla, KVK'ya göre %15 oranında uygulanması gereken gelir vergisi ve stopaj vergisini de ödememektedirler. Ayrıca, GYO'lar kurumlar vergisinden muaftırlar. GYO'ların bu vergi avantajının devamı; gelirlerinin yüzde 90'ının her yıl temettü olarak dağıtmasına bağlıdır.

Gayrimenkul yatırım ortaklıklarının varlık nedeni SPK tarafından "getiri potansiyeli yüksek gayrimenkullere, gayrimenkule dayalı projelere yatırım yapmak, portföyündeki gayrimenkullerden kira geliri ve gayrimenkul alım satım kazancı elde etmek" olarak belirlenmiştir (SPK, 2018). Bu amaç doğrultusunda gayrimenkul yatırım ortaklıklarının elde ettikleri kazançları SPK tarafından yapılan düzenlemeler kapsamında, ortaklarına temettü olarak dağıtabilmektedir. Bu şekilde gayrimenkul geliri, ortaklara aktarılmış olmaktadır. (SPK, 2018).

GYO'lar belli bir amaca hizmet etmek için süreli veya süresiz olarak kurulabilir. Örneğin özel bir projenin yapılması için belirli bir süre ile kurulabileceği gibi süresi belli olmaksızın belirlenmiş yatırımları yapmak amacıyla da kurulabilmektedir. Otel, hastane, AVM gibi sadece bu tip bir projenin başlangıcından sonuna kadar sürdürülebilecek süreli veya sağlık alanında yatırım yapmak için süresiz veya amaçlarında bir sınırlama olmaksızın belirsiz bir süreyle de kurulabilmektedir. (Oy ve Güngöler, 2010).

Nakit akımı kuvvetli, bilançosu güven veren, likidite oranları güçlü olan ve herhangi bir kriz ortamında elindeki nakit ile düşen piyasa fiyatlarına karşı alıma hazırlıklı bir pozisyonu yakalamak yatırımcıların GYO'lardan beklediği ve borsada yatırımlarını yöneltmesini teşvik edecek unsurlardan bir kaçıdır. GYO'lar portföylerini risk çeşitlerine göre yönlendirerek piyasa değişimlerine karşı daha güçlü bir pozisyon alabilirler. Bu pozisyon alma elindeki varlıkları çeşitlendirmek şeklinde olabildiği gibi coğrafi farklılık gösteren bölgelere yapılan yatırımlarda risk unsurlarını düşürür. Ancak GYO'ların portföylerini bölge veya gayrimenkul bazında çeşitlendirme yapmalarına ilişkin bir zorunluluk bulunmamaktadır (İş GYO, 2018).

Bu çalışmada Borsa İstanbul'a kote gayrimenkul yatırım ortaklıklarının finansal etkinliklerinin ölçümünde TOPSIS yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında 28 gayrimenkul yatırım ortaklığının finansal verileri incelenmiştir. Çalışma kapsamında, çalışmaya dahil edilen 28 işletmeye ait 24 farklı veri kullanılarak her bir gayrimenkul yatırım

ortaklığının finansal performansı incelenmiş ve mevcut durumları sıralanmıştır. Çalışmanın literatüre katkısı, beş yıllık ortalama, son oniki ay ve son çeyrek verileri kullanılarak 24 farklı verinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir veri setinin, her bir gayrimenkul yatırım ortaklığının finansal performansının ölçülmesinde kullanılmış olması ve böylelikle şirketlerin sektör içindeki performans sıralamasının ortaya konmuş olmasıdır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. Türkiye’de Kredi Faiz Oranları Konut Satış Sayıları ve GYO’lar

Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları veya daha yaygın olarak bilinen adıyla GYO’lar yatırımcılar için düşük risk, düşük volatilité, ılımlı getiriler ve yüksek likidite doğası ile ünlü yatırım araçlarından biridir (Alias & Y, 2011). GYO’lar endüstri ve ofis, konut, otel turizm, sağlık tesisleri, depo vb. alanlarda faaliyet verebilir. GYO’lar ellerinde bir portföy bulundurlar, kendileri inşaat yapamaz ancak inşaat yapmak isteyen şirketlere finansman olanakları yaratır proje geliştirir, satar veya kiraya verebilirler.

GYO’lar borsada diğer işlem gören şirketlere göre bazı avantaj ve dezavantajları vardır. Yatırımcıların tercih edip etmemesindeki önemli bir faktör GYO’ların ellerinde tamamen likit varlık buldurmuyor olması olabileceği gibi inşaat ve yapı işlerinde büyük meblağların dönüyor olması ve GYO’ların piyasanın yüksek faiz koşullarında borçlanıyor olması da yine bir dezavantaj yaratacaktır. Yatırımcıların kolayca likide dönme isteği ve GYO’ların eğer var ise yüksek borçlanma oranları yatırımcının likit varlıkları tercih etmesi yönünde bir hareketi doğurabilir.

Bunun aksine GYO’ların ellerinde bulundurduğu arsaları hangi tip yapı ile projelendirecekleri ve bundan sağlanacak yüksek getirinin seviyesi yatırımcıyı çeken bir unsur olarak karşımıza çıkar. Konut ihtiyacının geçmiş yıllarda yani Türkiye’de konuta bir açlık olduğu zamanlarda GYO’lar yapmış oldukları yatırımlardan yüksek karlar elde etmişlerdir.

Gayrimenkul piyasası gerek yatırımcılar gerekse müteahhit firmalar açısından yüksek yatırımlar gerektirdiği için piyasadaki değişiklikler bu piyasayı ve GYO’ların hisse senet fiyatlarını da yakından ilgilendirmektedir. Örneğin mortgage piyasasında faizlerin yükselmesi konut sektöründe alış faaliyetlerini sektöre uğratmakta ve faizdeki düşüşün akabinde alım satımlar hemen reaksiyon vermektedir. Aşağıda, Tablo-1’de 2013-2018 yılları arasında ay bazında konut satış sayıları sunulmuştur.

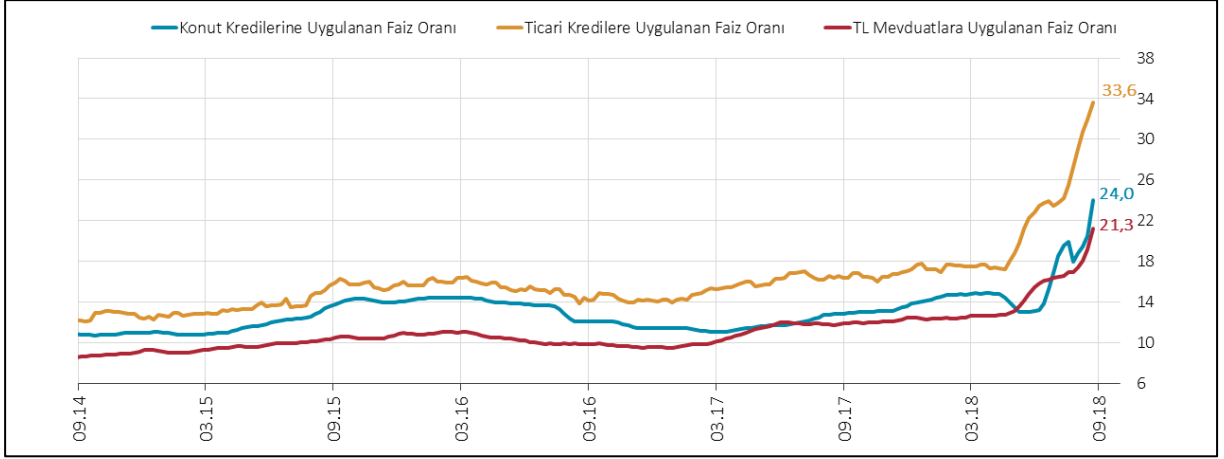
**Tablo 1.** 2013-2018 Yılları Konut Satış Sayıları

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran
2013	87444	88519	97956	95381	103261	96424
2014	87639	82597	87617	83610	90377	92936
2015	86167	95021	116030	119317	107888	110657
2016	84556	101703	117205	106348	114800	106187
2017	95389	101468	128923	114446	116558	97579
2018	97019	95953	110905	103087	119655	119413
Yıllar	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2013	106636	84480	102280	76344	102681	115784
2014	85101	105624	115786	95645	103783	134666
2015	96589	112463	92483	104098	106008	142599
2016	81343	114751	108918	130274	132655	142713
2017	115869	120198	140298	122882	122732	132972
2018	123878	105154	127327			

**Kaynak:** TÜİK (2018)

Temmuz 2016 sonrasında bankalar faiz oranlarında indirim uygulamışlar faizler %1'in altına gerilemiştir. Ancak 2017 yılının ikinci yarısından sonra konut faizlerinde tekrar yükselme olmuş ve bunun etkisi ile yine 2016 Haziran ayında düşen satış rakamlarının Temmuz ayı itibari ile tekrar yükselme eğilimine girdiği Şekil 1' de görülmektedir. Sadece mortgage faizlerindeki yükselme değil aynı zamanda mevduat faizlerindeki yükselme yatırımcıları ellerindeki nakit paralarını daha fazla faiz getirisi almaya yönlendirmektedir. Diğer ilginç bir durum ise 2017 Ekim ayında satışların bir önceki yıla göre (2016 Ekim ayı) keskin bir düşüş yaşaması ve yüzde 5,6 azalmış olmasıdır. Yine aynı dönem içerisinde hem konut fiyatları düşmüş hemde satışlarda azalma yaşanmıştır. Bu oran ipotekli satışlarda daha da yüksektir. 2018 yılının Ağustos ayında ise Dolar ve Euronun hızlı çıkışını takiben gayrimenkul satışlarında bir düşüş gözlenmektedir. Yine aynı dönemde dövizin hızlı çıkışını durdurmak amacı ile hükümetin faiz artırma politikası sonucu döviz gerilemiş ancak faizlerdeki bu yükselme konut satışlarını ister istemez etkilemiştir. Şekil 1' de konut kredilerine uygulanan faiz oranının 2018 Eylül ayına yaklaştıkça hızla yükseldiği görülmektedir.





**Şekil 1.** Kredi ve Mevduatlara Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (4 Haftalık Hareketli Ortalama Yüzde)

**Kaynak:** TCMB (2018)

Şekil 2’de de 12 yıllık BIST XGMYO görülmektedir.



**Şekil 2.** 12 Yıllık BIST XGMYO

**Kaynak:** Mynet Finans (2018)

Şekil 2’de 2009 Ocak-2018 Kasım ayı zaman diliminde Borsa İstanbul’a kote olan Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarına ait endeks değişimlerini göstermektedir. GYO’lar 26 Kasım 2018 tarihi itibari ile 152.659.074 TL işlem hacmine sahiptir.

## 2.2. GYO'ların Etkinliği

Eicholdz vd. (2012) çalışmalarında GYO'ların finansal etkinliğine çevreci bir bakış açısıyla yaklaşmış ve portföy yeşilliğinin GYO'nun finansal etkinliği üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Mull ve Soenen (1997) Amerikan GYO'larının uluslararası yatırım portföylerindeki durumlarının zamana bağlı değişimini araştırmışlardır.

Tik ve Aziz (2015) küresel finansal krizlerin Malezya'daki GYO'lar üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve İslami GYO'ların net varlık değerinin, hisse fiyatının ve piyasa kapitalizasyonunun büyümesi anlamında geleneksel GYO'ları geride bıraktığı, ancak verimlilik ve dağıtım verimi açısından düşük performans gösterdiği sonucuna varmışlardır. GYO'ların finansal etkinliği konusunda yapılan diğer bazı araştırmalar ve başlıkları Tablo 2'de görülmektedir:

**Tablo 2.** GYO'larla İlgili Bazı Akademik Çalışmalar

S.No	Yazarlar	Makale
1	Anderson R.I., Fok R., Springer T. & Webb J. (2002)	Teknik verimlilik ve ölçek ekonomileri: GYO işletme verimliliğinin parametrik olmayan analizi.
2	Devaney M. & Weber W.L. (2005)	Gayrimenkul yatırım ortaklarının verimlilik, ölçek ekonomileri ve risk / getiri performansı
3	Wu P.S., Huang C.M. & Chiu, C.L. (2011)	Yapısal değişikliklerin GYO'ların risk özelliklerine etkileri
4	Coşkun, Y., Selcuk-Kestel, A. S., & Yılmaz, B. (2017)	CAPM ve Fama-French kullanarak GYO'ların çeşitlendirme fayda ve geri dönüş performansı: Türkiye'den kanıtlar
5	Golec, J. H. (1994)	Gayrimenkul yatırım ortaklarının tazminat politikaları ve finansal özellikleri.
6	Mohamad N.E. & Bin Zolkifli I.A. (2012)	Gayrimenkul yatırım ortaklığı (GYO) performansının belirleyici faktörleri: Asya GYO'larından elde edilen kanıtlar
7	Liu, P. (2010)	Gayrimenkul yatırım ortaklıkları: Performans, yeni bulgular ve gelecekteki yönler
8	Yung, K., & Nafar, N. (2017)	Yatırımcıların dikkati ve GYO'ların beklenen getirileri.
9	Tang, C. H. (Hugo), & Jang, S. C. (Shawn). (2008)	GYO gerekliliklerinin karlılık etkisi: Otel GYO'larının ve otel C-Kurumlarının karşılaştırmalı analizi.
10	Lee C.C., Chien M.S., & Lin T.C. (2012)	Gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve hisse senedi piyasalarının dinamik modellenmesi.

Tablo 2'de görüldüğü üzere GYO'lar hakkında literatürde teknik verimliliklerinin belirlenmesinden performans belirleyici faktörlere kadar çok sayıda çalışma bulunmaktadır.

Literatürde veri zarflama tekniği GYO'ların etkinliğinin ölçümünde sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Anderson ve Springer (2002) çalışmalarında etkinliğin bir performans göstergesi olarak kullanımını, Anderson vd. (2004) gayrimenkul

yatırım fonu verimliliğini, Douglas Nanka-Bruce (2006) İspanya gayrimenkul sektöründe teknik etkinliği, Latipah vd. ise (2012) ise Malezya’da GYO’ların etkinliğini incelenmiştir.

Veri zarflama tekniği kadar yaygın kullanım alanı bulmasa da TOPSIS Yöntemi de GYO’ların etkinliğinin ölçümünde kullanılan yöntemlerdendir. İslamoğlu vd. (2015) entropi tabanlı TOPSİS ile GYO’ların finansal performansını incelerken Yılmaz ve İçten (2018) Borsa İstanbul’da işlem gören GYO’ların nakit akımını dikkata alan performans ölçümü analizinde TOPSİS yönteminden yararlanmışlardır.

Yetgin ve İçten (2018) de gayrimenkul ortaklıklarının performansının ölçümünde TOPSİS yöntemini kullanan bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada şirket bazlı bir değerlendirme yapılmamış, sektör ortalamasının performansının 2007-2016 yılları arasındaki farklılaşması dokuz farklı veri kullanılarak oluşturulan bir veri seti aracılığıyla incelenmiştir.

### 2.3. Topsis Yöntemi

Alternatifler arasında tercih, derecelendirme, sınıflandırma ve tanımlama amacıyla “çok ölçütlü karar verme yöntemleri” kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden “Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS)”, “Veri Zarflama Analizi” gibi yöntemler çok bilinirken MACBETH, UTADIS gibi daha az bilinenleri de bulunmaktadır. TOPSİS de bilinirliği her geçen gün artan çok ölçütlü karar verme yöntemlerindedir.

“TOPSİS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)” yöntemini ilk kez Ching-Lai Hwang ve Kwangsun Yoon 1981 yılında geliştirmiş ve yayınladıkları “Çok Kriterli Karar Verme Yöntem ve Uygulamaları” adlı kitapta yöntemden söz etmişlerdir. Bu yöntemde, “alternatif çözüm noktasının pozitif ideal çözüme en yakın mesafede ve negatif ideal çözüme en uzak mesafede olacağı” temel varsayımdır (Li vd., 2011) Yöntem ilk iki basamağı ELEKTRE yöntemiyle aynı olan altı basamaktan oluşan bir süreç izler ve bu süreç sonuca ELEKTRE yönteminden daha kolay ulaşılmasını sağlar.

TOPSİS yönteminin aşamaları aşağıda sıralanmıştır (Ustasüleyman, 2003; Opricovic ve Tzeng, 2004; Eleren ve Karagül, 2008; Akkaya, 2004; Demireli, 2010):

- (A) Karar Matrisi Oluşturma
- Karar Matrisini Normalize ederek (R) Standart Karar Matrisini Oluşturma
- (V) Ağırlıklı Standart Karar Matrisini Oluşturma
- ( $A^*$ ) İdeal ve ( $A^-$ ) Negatif İdeal Çözümleri Oluşturma
- Ayırım Ölçülerini Hesaplama

- İdeal Çözüme Yakınlıkları Hesaplama

### 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

TOPSİS yöntemi finans alanında birçok araştırmada kullanılmış bir yöntemdir. Bu çalışmada da GYO'ların etkinliğinin ölçümünde TOPSİS yönteminden yararlanılmıştır. Konu ile ilgili literatürde; yöntemin ilk uygulamalarının Hwang ve Yoon'un (1981) çalışmaları esas alınarak yapılan Chen ve Hwang (1992)'in çalışması olduğu görülmektedir.

#### 3.1. (A) Karar Matrisi Oluşturma

TOPSİS Yönteminin uygulanmasına karar verici tarafından bir Karar Matrisi (A) oluşturulması ile başlanır. Karar matrisi (Karar Ölçütleri x Faktörler) şeklinde oluşturulur.

$$A_{ij} = \begin{matrix} & \text{Faktörler} \\ \begin{matrix} A_{11} & A_{12} & A_{13} & \dots & A_{1p} \\ A_{21} & A_{22} & A_{23} & \dots & A_{2p} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ A_{m1} & A_{m3} & A_{m3} & \dots & A_{mp} \end{matrix} & \left. \begin{matrix} \\ \\ \\ \\ \\ \end{matrix} \right\} \text{Karar Ölçütleri} \end{matrix}$$

Yukarıda da açıklandığı üzere TOPSİS yönteminin birinci aşamasında karar matrisi oluşturulmaktadır. Bu çalışma amacıyla oluşturulan karar matrisi aşağıda Tablo 3'de görülmektedir. Çalışmada 28 GYO'ya ait finansal oranlar ve diğer veriler beş yıllık ortalama, son yıla ait 12 aylık ortalama ve çeyreklik bazında bazı finansal oranlar ve diğer finansal veriler araştırmaya konu edilmiştir. Tablo 3'te kullanılan veriler tr.investing.com sitesinde alınmış olup TTM Son on iki ay , 5YA Beş yıllık ortalama ve MRQ Son çeyrek döneme ait veriler anlamına gelmektedir. Kullanılan veriler, Fiyat/ Satış (Son oniki ay), Fiyat /Defter Değeri (Son Çeyrek), Brüt Marj(Son oniki ay), Brüt Marj (Beş yıllık Ortalama), Faaliyet Marjı (Son oniki ay), Faaliyet Marjı (Beş yıllık Ortalama), Vergi Öncesi Marj (Son oniki ay), Vergi Öncesi Marj (Beş yıllık Ortalama), Hisse Başına Asgari Kar, Defter Değeri/Hisse (Son Çeyrek), Nakit/Hisse (Son Çeyrek), Özkaynak Getirisi (Son oniki ay), Özkaynak Getirisi (Beş yıllık Ortalama), Aktif Getiri (Son oniki ay), Aktif Getiri (Beş yıllık Ortalama), Yatırım Getirisi (Son oniki ay), HBK (En Son Çeyrek) karşısında Bir Yıl Önceki Çeyrek, HBK (Son oniki ay) karşısında Bir Yıl Önceki Son oniki ay, 5 Yıllık Satış Büyümesi, Cari Oran (Son Çeyrek), Aktif Devir Hızı(Son oniki ay), Alacaklar Devir Hızı (Son oniki ay), Uzun Dönem Borç/Varlık (Son Çeyrek), Toplam Borç/Varlık (Son Çeyrek) şeklinde sıralanabilir. Bazı verilerinin farklı dönem aralıklarında alınmış ortalamaları TOPSİS Karar matrisi oluşturulurken eşit bölünmüş ve ağırlık eşit oranda

paylaştırılmış olup işlemler ağırlıklı karar matrisi oluşturulması kapsamında ayrıntılı açıklanmıştır.

**Tablo 3. Karar Matrisi**

	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	K1	K2	K3	K3	K4	K4	K5	K5
	Fiyat/Satışlar TTM	Fiyat/Defter Değeri MRQ	Brüt Marj TTM	Brüt Marj 5YA	Faaliyet Marjı TTM	Faaliyet Marjı 5YA	Vergi Öncesi Marj TTM	Vergi Öncesi Marj 5YA
AKFEN	2.97	0.85	86.23%	85.74%	304.82%	245.78%	-217.03%	-48.41%
AKİŞ	2.86	0.3	75.22%	67.09%	66.83%	48.26%	333.24%	159.52%
AKMERKEZ	5.21	2.62	70%	70.19%	65.08%	65.41%	73.31%	69.44%
ATA	6.34	2.37	40.53%	68.68%	87.05%	202.22%	6.98%	115.67%
ATAKULE	29.58	0.65	58.02%	61.20%	-241.13%	53.79%	-260.50%	141.60%
AVRASYA	5.28	0.4	98.41%	17.64%	79.78%	14.48%	117.06%	21.16%
DENİZ	9.94	0.63	68.83%	38.06%	29.64%	24.17%	147.11%	42.75%
DOĞUŞ	8.56	1	83.33%	85.73%	100.06%	143.63%	-93.61%	103.84%
EMLAK K	1.52	0.43	53.98%	49.92%	60.54%	51.01%	47.66%	48.84%
HALK	2.07	0.3	37.23%	78.97%	33.78%	113.73%	98.54%	161.23%
İŞ	0.92	0.29	23.75%	46.81%	26.81%	107.24%	16.93%	95.78%
KİLER	2.14	0.21	7.19%	69.13%	272.97%	131.12%	33.51%	68.98%
KÖRFEZ	6.81	0.86	7.95%	33.49%	-18.27%	25.69%	-6.53%	30.83%
MARTI	4.6	0.2	94.34%	59.78%	-249.67%	-49.37%	-532.14%	-171.05%
ÖZAK	2.6	0.36	51.85%	37.23%	198.44%	98.21%	80.49%	75.24%
ÖZDERİCİ	8.28	1.54	7.43%	46.44%	-5.59%	29.87%	18.56%	225.47%
PANORA	4.58	0.39	76.15%	73.99%	251.30%	157.83%	251.26%	157.80%
PERA	2.43	0.64	24.32%	45.26%	-188.51%	-44.23%	-213.89%	-84.13%
REYSAŞ	1.42	0.29	88.44%	81.05%	176.21%	201.63%	-57.73%	109.59%
SERVET	2.18	0.5	65.85%	69.80%	96.53%	132.31%	59.51%	115.38%
SİNPAŞ	0.8	16.05	13.48%	18.75%	105.99%	9.85%	-168.14%	-4.32%
TORUNLAR	0.76	0.29	45.87%	53.50%	66.42%	164.13%	-34.76%	118.50%
TSKB	10.16	7.89	64.21%	64.92%	173.42%	129.86%	-674.47%	-73.82%
VAKIF	2.73	0.47	20.41%	74%	55.92%	1086.18%	57.47%	1786.10%
YAPI KR	1.73	1.08	18.98%	15.26%	-0.11%	19.95%	4.50%	6.72%
YENİ GİMAT	6.5	0.66	81.28%	77.95%	100.42%	82.34%	117.87%	138.83%
YEŞİL	2.59	0.46	64.17%	13.74%	-323.69%	2.18%	-573.04%	-1.18%
ALARKO	15.21	0.41	99.97%	86%	1250.98%	438.07%	1251.48%	438.42%
	0.05	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	K8	K9	K10	K11	K11	K12	K12	K13
	Hisse Başına Asgari Kar	Defter Değeri/Hisse MRQ	Nakit/Hisse MRQ	Özkaynak Getirisi TTM	Özkaynak Getirisi 5YA	Aktif Getiri TTM	Aktif Getiri 5YA	Yatırım Getirisi TTM
AKFEN	0.21	1.7	0.19	-57.21%	-2.92%	-12.36%	-2.26%	-14.03%
AKİŞ	1.14	8.52	0.43	42.47%	19.18%	25.34%	11.39%	29.89%
AKMERKEZ	2.09	6.35	1.62	38.87%	33.39%	32.27%	32.39%	38.59%
ATA	0.1	1.65	0.79	2.64%	9.28%	1.27%	5.92%	1.68%
ATAKULE	-0.1	2.31	0.02	-6.18%	3.41%	-5.29%	3.33%	-5.94%
AVRASYA	0.34	2.28	0.49	9.90%	9.06%	9.47%	8.51%	9.80%
DENİZ	0.32	4.52	0.28	9.82%	4.85%	5.77%	4.69%	6.57%
DOĞUŞ	0.16	2.3	0.02	-10.49%	7.83%	-7.46%	6.53%	-8.09%
EMLAK K	0.48	3.51	0.33	14.48%	14.22%	8.35%	8.31%	12.72%
HALK	0.29	2.34	0.01	15.85%	12.35%	13.43%	10.64%	15.72%
İŞ	0.19	3.45	0.04	5.51%	12.96%	3.45%	9.02%	4.08%
KİLER	2.52	8.6	0.16	3.34%	11.97%	1.79%	7.07%	2.42%
KÖRFEZ	0.16	1.51	0.19	-0.82%	16.35%	-0.73%	9.59%	-0.82%
MARTI	-0.52	3.51	-	-25.96%	-7.70%	-14.94%	-4.83%	-16.82%
ÖZAK	1.04	5.79	2.47	12.29%	14.70%	6.43%	8.67%	8.78%
ÖZDERİCİ	0.16	1.9	0.15	4.18%	21.23%	2.86%	13.26%	3.36%
PANORA	2.21	10.58	0.2	23.51%	13.53%	23.24%	13.21%	23.47%
PERA	-0.62	1.09	0.02	-44.09%	-8.08%	-30.03%	-6.02%	-35.03%
REYSAŞ	0.43	3.04	0.89	-11.27%	13.43%	-4.78%	7.61%	-5.87%
SERVET	1.35	8	0.03	14.37%	14.12%	6.86%	9.35%	8.51%
SİNPAŞ	-0.15	0.02	0.04	-118.75%	-2.13%	-16.14%	-0.96%	-22.06%
TORUNLAR	0.46	5.28	0.83	-12.39%	17.10%	-6.30%	9.31%	-8.51%
TSKB	-0.15	0.1	0.01	-167.95%	-6.27%	-33.88%	-3.22%	-49.14%
VAKIF	0.33	4.31	0.57	10.35%	7.93%	7.66%	7.23%	9.45%
YAPI KR	0.04	1.72	0.24	1.30%	3.33%	1.78%	1.75%	2.05%

YENİ GİMAT	1.19	12.41	1.38	12.45%	12.37%	12.30%	12.22%	12.43%
YEŞİL	-0.02	0.57	-	-69.27%	-0.13%	-6.05%	-0.09%	-10.21%
ALARKO	14.3	111.53	38.81	41.93%	20.64%	41.61%	20.49%	41.85%
	0.025	0.025	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
	K14	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
	HBK(En Son Çeyrek) karşısında 1 Yıl Önceki Çeyrek	HBK(TTM) karşısında 1 Yıl Önceki TTM	5 Yıllık Satış Büyümesi	Cari Oran MRQ	Aktif Devir Hızı TTM	Alacaklar Devir Hızı TTM	Uzun Dönem Borç/Varlık MRQ	Toplam Borç/Varlık MRQ
AKFEN	-769.82%	30.76%	14.67%	0.76	0.05	3.23	468.68%	519.37%
AKİŞ	4077.98%	121.69%	11.91%	0.69	0.08	4.89	32.64%	60.63%
AKMERKEZ	28.59%	15.17%	9.65%	1.69	0.44	31.98	0%	0%
ATA	-417.22%	-75.67%	-42.26%	1.88	0.18	305.21	109.29%	136.80%
ATAKULE	-18.96%	-184.01%	0.17%	0.11	0.02	27.12	2.45%	4.47%
AVRASYA	-341.94%	5.72%	-45.67%	4.23	0.08	19.15	0.50%	5.56%
DENİZ	97.99%	39%	-2.89%	0.85	0.04	11.19	0%	21.92%
DOĞUŞ	-37913.7%	-271.09%	38.75%	0.15	0.08	14.36	33.73%	48.31%
EMLAK K	-107.47%	49.51%	31.17%	2.65	0.18	2.16	14.98%	25.51%
HALK	220.70%	150.21%	25.13%	0.68	0.14	10.24	1.14%	14.03%
İŞ	-107.22%	-53.89%	30.15%	0.88	0.2	7.37	22.88%	41.11%
KİLER	-189.61%	-87.19%	30.31%	1.71	0.05	0.3	41.81%	66.11%
KÖRFEZ	-74.48%	-103.83%	-	8.93	0.11	2.07	0%	0%
MARTI	-1537.25%	6.46%	-18.71%	0.8	0.03	1.46	61.53%	79.72%
ÖZAK	-249.93%	131.95%	12.44%	0.72	0.08	19.95	16.04%	65.14%
ÖZDERİCİ	-491.03%	-34.54%	164.41%	3.08	0.15	44.43	15.22%	31.69%
PANORA	31.77%	351.17%	8.02%	3.96	0.09	20.96	0%	0%
PERA	-533.79%	-1627.36%	-17.16%	2.21	0.14	7.47	8.60%	18.79%
REYSAŞ	-6980.53%	-162.73%	15.06%	0.6	0.08	4.18	116.58%	173.54%
SERVET	-242.25%	29.50%	-3.05%	0.41	0.12	4.3	46.58%	65.62%
SİNPAŞ	-	-341.06%	5.15%	1.9	0.1	0.73	14705.52%	21266.06%
TORUNLAR	-5708.64%	-172.25%	28.23%	0.8	0.18	33.36	54.62%	100.93%
TSKB	-790.37%	-282.72%	1.94%	0.04	0.05	28.83	1784.48%	3026.58%
VAKIF	548.45%	137.75%	-17.82%	0.81	0.13	8.44	16.30%	38.11%
YAPI KR	180.76%	204.57%	14.89%	3.42	0.5	6.91	0%	0%
YENİ GİMAT	50.42%	28.82%	9.59%	10.62	0.1	22.02	0%	0%
YEŞİL	-57588%	-1568.13%	-13.20%	1.56	0.01	0.25	106.06%	538.28%
ALARKO	571.05%	180%	21.73%	77.8	0.03	1.3	0%	0%

Kaynak: tr.investing.com'dan alınan veriler derlenmiştir.

### 3.2. Karar Matrisini Normalize ederek (R) Standart Karar Matrisini Oluşturma

Karar matrisinin meydana getirilmesinin ardından  $a_{ij}$  değerlerinin ( $a_{11}, a_{21}, a_{31} \dots a_{m1}$ ) karelerinin alınmasıyla sütun toplamları oluşturulur ve  $a_{ij}$  değerinin her biri ait oldukları sütunun toplamının kareköküne bölünür. Bu işlem normalizasyon olarak adlandırılır (Özdemir, 2014).

$$N_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2}} \quad (i = 1, \dots, m), (j = 1, \dots, n)$$

Standart karar matrisi ise aşağıdaki şekilde oluşturulur:

$$N_{ij} = \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & n_{13} & \dots & n_{1p} \\ n_{21} & n_{22} & n_{23} & \dots & n_{2p} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ n_{m1} & n_{m3} & n_{m3} & \dots & n_{mp} \end{bmatrix}$$

Karar matrisi oluşturulduktan sonraki aşamada normalizasyon işlemi gerçekleştirilerek standart karar matrisi oluşturulmuştur. İlk on değişken için standart karar matrisi Tablo 4’de görülmektedir.

**Tablo 4. Standart Karar Matrisi**

	Ağırlık	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	Değişken	K1	K2	K3	K3	K4	K4	K5	K5	K6	K6
A1	AKFEN	0.0711	0.0460	0.2631	0.2658	0.2039	0.1886	-0.1234	-0.0252	-0.1439	-0.0337
A2	AKİŞ	0.0685	0.0162	0.2295	0.2080	0.0447	0.0370	0.1895	0.0831	0.1890	0.0830
A3	AKMERKEZ	0.1248	0.1417	0.2136	0.2176	0.0435	0.0502	0.0417	0.0362	0.0416	0.0362
A4	ATA	0.1519	0.1282	0.1236	0.2129	0.0582	0.1552	0.0040	0.0602	0.0040	0.0602
A5	ATAKULE	0.7085	0.0351	0.1770	0.1897	-0.1613	0.0413	-0.1482	0.0737	-0.1478	0.0738
A6	AVRASYA	0.1265	0.0216	0.3002	0.0547	0.0534	0.0111	0.0666	0.0110	0.0664	0.0110
A7	DENİZ	0.2381	0.0341	0.2100	0.1180	0.0198	0.0185	0.0837	0.0223	0.0835	0.0223
A8	DOĞUŞ	0.2050	0.0541	0.2542	0.2658	0.0669	0.1102	-0.0532	0.0541	-0.0531	0.0541
A9	EMLAK K	0.0364	0.0233	0.1647	0.1548	0.0405	0.0391	0.0271	0.0254	0.0270	0.0254
A10	HALK	0.0496	0.0162	0.1136	0.2448	0.0226	0.0873	0.0560	0.0840	0.0559	0.0840
A11	İŞ	0.0220	0.0157	0.0725	0.1451	0.0179	0.0823	0.0096	0.0499	0.0096	0.0499
A12	KİLER	0.0513	0.0114	0.0219	0.2143	0.1826	0.1006	0.0191	0.0359	0.0190	0.0359
A13	KÖRFEZ	0.1631	0.0465	0.0243	0.1038	-0.0122	0.0197	-0.0037	0.0161	-0.0037	0.0161
A14	MARTI	0.1102	0.0108	0.2878	0.1853	-0.1670	-0.0379	-0.3027	-0.0891	-0.3020	-0.0891
A15	ÖZAK	0.0623	0.0195	0.1582	0.1154	0.1328	0.0754	0.0458	0.0392	0.0457	0.0391
A16	ÖZDERİCİ	0.1983	0.0833	0.0227	0.1440	-0.0037	0.0229	0.0106	0.1174	0.0105	0.1174
A17	PANORA	0.1097	0.0211	0.2323	0.2294	0.1681	0.1211	0.1429	0.0822	0.1425	0.0824
A18	PERA	0.0582	0.0346	0.0742	0.1403	-0.1261	-0.0339	-0.1217	-0.0438	-0.1214	-0.0438
A19	REYSAŞ	0.0340	0.0157	0.2698	0.2513	0.1179	0.1547	-0.0328	0.0571	-0.0329	0.0570
A20	SERVET	0.0522	0.0270	0.2009	0.2164	0.0646	0.1015	0.0338	0.0601	0.0331	0.0547
A21	SİNPAŞ	0.0192	0.8679	0.0411	0.0581	0.0709	0.0076	-0.0956	-0.0022	-0.0954	-0.0023
A22	TORUNLAR	0.0182	0.0157	0.1399	0.1659	0.0444	0.1260	-0.0198	0.0617	-0.0197	0.0616
A23	TSKB	0.2434	0.4266	0.1959	0.2013	0.1160	0.0997	-0.3836	-0.0384	-0.3827	-0.0385
A24	VAKIF	0.0654	0.0254	0.0623	0.2294	0.0374	0.8336	0.0327	0.9302	0.0326	0.9303
A25	YAPI KR	0.0414	0.0584	0.0579	0.0473	-0.0001	0.0153	0.0026	0.0035	0.0020	0.0027
A26	YENİ GİMAT	0.1557	0.0357	0.2480	0.2417	0.0672	0.0632	0.0670	0.0723	0.0669	0.0718
A27	YEŞİL	0.0620	0.0249	0.1958	0.0426	-0.2165	0.0017	-0.3259	-0.0006	-0.3240	-0.0006
A28	ALARKO	0.3643	0.0222	0.3050	0.2666	0.8369	0.3362	0.7118	0.2283	0.7102	0.2284

### 3.3. (V) Ağırlıklı Standart Karar Matrisini Oluşturma

Bu aşamada normalleştirilerek oluşturulmuş olan standart karar matrisinin elemanları ölçütlerin karar verici tarafından belirlenen subjektif görüşler doğrultusunda ağırlıklandırılır (Demireli, 2010).

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 n_{11} & w_2 n_{12} & w_3 n_{13} & \dots & w_p n_{1p} \\ w_1 n_{21} & w_2 n_{22} & w_3 n_{23} & \dots & w_p n_{2p} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ w_1 n_{m1} & w_2 n_{m2} & w_3 n_{m3} & \dots & w_p n_{mp} \end{bmatrix} \quad V_{ij} = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & v_{13} & \dots & v_{1p} \\ v_{21} & v_{22} & v_{23} & \dots & v_{2p} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ v_{m1} & v_{m2} & v_{m3} & \dots & v_{mp} \end{bmatrix}$$

Bu çalışma için hazırlanan ağırlıklı karar matrisi ilk on değişken için aşağıda Tablo 5’de sunulmuştur. Bazı verilerinin farklı dönem aralıklarında alınmış oralamaları TOPSİS Karar matrisi oluşturulurken eşit bölünmüş ve ağırlık eşit oranda paylaştırılmıştır. Örneğin her bir veriye 0.05 ağırlık verilirken aynı verinin hem yıllık hem son çeyreklığie ait verisi alınmış ise 0.025 ve 0.025 ağırlıklandırılarak hesaplamaya katılmıştır.

**Tablo 5. Ağırlıklı Karar Matrisi**

	Ağırlık	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	Değişken	K1	K2	K3	K3	K4	K4	K5	K5	K6	K6
A1	AKFEN	0.0036	0.0023	0.0066	0.0066	0.0051	0.0047	-0.0031	-0.0006	-0.0036	-0.0008
A2	AKİŞ	0.0034	0.0008	0.0057	0.0052	0.0011	0.0009	0.0047	0.0021	0.0047	0.0021
A3	AKMERKEZ	0.0062	0.0071	0.0053	0.0054	0.0011	0.0013	0.0010	0.0009	0.0010	0.0009
A4	ATA	0.0076	0.0064	0.0031	0.0053	0.0015	0.0039	0.0001	0.0015	0.0001	0.0015
A5	ATAKULE	0.0354	0.0018	0.0044	0.0047	-0.0040	0.0010	-0.0037	0.0018	-0.0037	0.0018
A6	AVRASYA	0.0063	0.0011	0.0075	0.0014	0.0013	0.0003	0.0017	0.0003	0.0017	0.0003
A7	DENİZ	0.0119	0.0017	0.0052	0.0029	0.0005	0.0005	0.0021	0.0006	0.0021	0.0006
A8	DOĞUŞ	0.0103	0.0027	0.0064	0.0066	0.0017	0.0028	-0.0013	0.0014	-0.0013	0.0014
A9	EMLAK K	0.0018	0.0012	0.0041	0.0039	0.0010	0.0010	0.0007	0.0006	0.0007	0.0006
A10	HALK	0.0025	0.0008	0.0028	0.0061	0.0006	0.0022	0.0014	0.0021	0.0014	0.0021
A11	İŞ	0.0011	0.0008	0.0018	0.0036	0.0004	0.0021	0.0002	0.0012	0.0002	0.0012
A12	KİLER	0.0026	0.0006	0.0005	0.0054	0.0046	0.0025	0.0005	0.0009	0.0005	0.0009
A13	KÖRFEZ	0.0082	0.0023	0.0006	0.0026	-0.0003	0.0005	-0.0001	0.0004	-0.0001	0.0004
A14	MARTI	0.0055	0.0005	0.0072	0.0046	-0.0042	-0.0009	-0.0076	-0.0022	-0.0075	-0.0022
A15	ÖZAK	0.0031	0.0010	0.0040	0.0029	0.0033	0.0019	0.0011	0.0010	0.0011	0.0010
A16	ÖZDERİCİ	0.0099	0.0042	0.0006	0.0036	-0.0001	0.0006	0.0003	0.0029	0.0003	0.0029
A17	PANORA	0.0055	0.0011	0.0058	0.0057	0.0042	0.0030	0.0036	0.0021	0.0036	0.0021
A18	PERA	0.0029	0.0017	0.0019	0.0035	-0.0032	-0.0008	-0.0030	-0.0011	-0.0030	-0.0011
A19	REYSAŞ	0.0017	0.0008	0.0067	0.0063	0.0029	0.0039	-0.0008	0.0014	-0.0008	0.0014
A20	SERVET	0.0026	0.0014	0.0050	0.0054	0.0016	0.0025	0.0008	0.0015	0.0008	0.0014
A21	SİNPAŞ	0.0010	0.0434	0.0010	0.0015	0.0018	0.0002	-0.0024	-0.0001	-0.0024	-0.0001
A22	TORUNLAR	0.0009	0.0008	0.0035	0.0041	0.0011	0.0031	-0.0005	0.0015	-0.0005	0.0015
A23	TSKB	0.0122	0.0213	0.0049	0.0050	0.0029	0.0025	-0.0096	-0.0010	-0.0096	-0.0010
A24	VAKIF	0.0033	0.0013	0.0016	0.0057	0.0009	0.0208	0.0008	0.0233	0.0008	0.0233
A25	YAPI KR	0.0021	0.0029	0.0014	0.0012	0.0000	0.0004	0.0001	0.0001	0.0001	0.0001
A26	YENİ GİMAT	0.0078	0.0018	0.0062	0.0060	0.0017	0.0016	0.0017	0.0018	0.0017	0.0018
A27	YEŞİL	0.0031	0.0012	0.0049	0.0011	-0.0054	0.0000	-0.0081	0.0000	-0.0081	0.0000
A28	ALARKO	0.0182	0.0011	0.0076	0.0067	0.0209	0.0084	0.0178	0.0057	0.0178	0.0057
	Mak	0.0354	0.0434	0.0076	0.0067	0.0209	0.0208	0.0178	0.0233	0.0178	0.0233
	Min	0.0009	0.0005	0.0005	0.0011	-0.0054	-0.0009	-0.0096	-0.0022	-0.0096	-0.0022

### 3.4. ( $A^*$ ) İdeal ve ( $A^-$ )Negatif İdeal Çözümlerini Oluşturma

Bu aşamada pozitif ve negatif ideal alternatif tanımlanır. İdeal alternatif çözümlerin oluşturulması amacıyla maksimizasyon durumunda ağırlıklı standart karar matrisindeki değerlendirme faktörlerinin en büyükleri minimizasyon durumunda ise en küçükleri seçilir (Roszkowska, 2011).

$$A^* = \left\{ (\max_i v_{ij} | j \in J), (\min_i v_{ij} | j \in J') \right\}$$

$$A^- = \left\{ (\min_i v_{ij} | j \in J), (\max_i v_{ij} | j \in J') \right\}$$



Çalışmanın ilk on değişkeni için oluşturulan pozitif ideal alternatif çözüm aşağıda Tablo 6'da görülmektedir.

**Tablo 6.** Pozitif İdeal Çözüm Tablosu

	Ağırlık	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	Değişken	K1	K2	K3	K3	K4	K4	K5	K5	K6	K6
A1	AKFEN	0.001	0.001689	1.1E-06	4.06E-10	0.00025	0.00026	0.000436	0.000571	0.000456	0.000581
A2	AKIŞ	0.001	0.001813	3.56E-06	2.15E-06	0.000392	0.000397	0.00017	0.000449	0.00017	0.000449
A3	AKMERKEZ	0.0009	0.001318	5.22E-06	1.5E-06	0.000393	0.000384	0.000281	0.0005	0.000279	0.0005
A4	ATA	0.0008	0.001368	2.06E-05	1.8E-06	0.000379	0.000288	0.000313	0.000473	0.000312	0.000473
A5	ATAKULE	0	0.001734	1.02E-05	3.69E-06	0.000623	0.000392	0.000462	0.000458	0.00046	0.000459
A6	AVRASYA	0.0008	0.00179	1.42E-08	2.81E-05	0.000384	0.000423	0.00026	0.000528	0.000259	0.000528
A7	DENİZ	0.0006	0.001738	5.64E-06	1.38E-05	0.000417	0.000415	0.000247	0.000515	0.000245	0.000515
A8	DOĞUŞ	0.0006	0.001656	1.61E-06	4.38E-10	0.000371	0.000327	0.000366	0.00048	0.000364	0.00048
A9	EMLAK K	0.0011	0.001784	1.23E-05	7.82E-06	0.000396	0.000394	0.000293	0.000512	0.000292	0.000512
A10	HALK	0.0011	0.001813	2.29E-05	2.97E-07	0.000414	0.000348	0.000269	0.000448	0.000268	0.000448
A11	İŞ	0.0012	0.001816	3.38E-05	9.23E-06	0.000419	0.000353	0.000308	0.000484	0.000307	0.000484
A12	KİLER	0.0011	0.001834	5.01E-05	1.71E-06	0.000268	0.000336	0.0003	0.0005	0.000299	0.0005
A13	KÖRFEZ	0.0007	0.001687	4.93E-05	1.66E-05	0.000451	0.000414	0.00032	0.000522	0.000318	0.000522
A14	MARTI	0.0009	0.001836	1.84E-07	4.13E-06	0.00063	0.000475	0.000643	0.000649	0.00064	0.00065
A15	ÖZAK	0.001	0.0018	1.35E-05	1.43E-05	0.00031	0.000359	0.000277	0.000496	0.000276	0.000496
A16	ÖZDERİCİ	0.0007	0.001539	4.98E-05	9.4E-06	0.000442	0.000411	0.000307	0.000413	0.000306	0.000413
A17	PANORA	0.0009	0.001793	3.3E-06	8.66E-07	0.00028	0.000317	0.000202	0.000449	0.000201	0.000449
A18	PERA	0.0011	0.001736	3.33E-05	9.97E-06	0.00058	0.00047	0.000434	0.000593	0.000432	0.000593
A19	REYSAŞ	0.0011	0.001816	7.73E-07	1.47E-07	0.000323	0.000288	0.000347	0.000477	0.000345	0.000477
A20	SERVET	0.0011	0.001768	6.77E-06	1.58E-06	0.000373	0.000335	0.000287	0.000473	0.000286	0.000479
A21	SİNPAŞ	0.0012	0	4.35E-05	2.72E-05	0.000367	0.000426	0.000408	0.000543	0.000406	0.000544
A22	TORUNLAR	0.0012	0.001816	1.7E-05	6.34E-06	0.000392	0.000313	0.000335	0.000471	0.000333	0.000472
A23	TSKB	0.0005	0.000487	7.44E-06	2.67E-06	0.000325	0.000337	0.00075	0.000586	0.000746	0.000587
A24	VAKIF	0.001	0.001774	3.68E-05	8.65E-07	0.000399	0	0.000288	0	0.000287	0
A25	YAPI KR	0.0011	0.001638	3.82E-05	3.01E-05	0.000438	0.000418	0.000314	0.000537	0.000313	0.000538
A26	YENİ GİMAT	0.0008	0.001731	2.03E-06	3.89E-07	0.00037	0.000371	0.00026	0.00046	0.000259	0.000461
A27	YEŞİL	0.001	0.001777	7.46E-06	3.14E-05	0.000694	0.000433	0.000673	0.000542	0.000668	0.000542
A28	ALARKO	0.0003	0.001788	0	0	0	0.000155	0	0.000308	0	0.000308

Aynı yöntemle oluşturulan negatif ideal çözüm tablosu Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7.** Negatif İdeal Çözüm Tablosu

	Ağırlık	0.05	0.05	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025	0.025
	Değişken	K1	K2	K3	K3	K4	K4	K5	K5	K6	K6
A1	AKFEN	7E-06	3.09E-06	3.63E-05	3.11E-05	0.00011	3.21E-05	4.23E-05	2.55E-06	3.56E-05	1.92E-06
A2	AKIŞ	6E-06	7.31E-08	2.69E-05	1.71E-05	4.27E-05	3.51E-06	0.000205	1.85E-05	0.000204	1.85E-05
A3	AKMERKEZ	3E-05	4.28E-05	2.29E-05	1.91E-05	4.23E-05	4.85E-06	0.000113	9.8E-06	0.000113	9.81E-06
A4	ATA	4E-05	3.44E-05	6.47E-06	1.81E-05	4.72E-05	2.33E-05	9.39E-05	1.39E-05	9.35E-05	1.39E-05
A5	ATAKULE	0.0012	1.48E-06	1.5E-05	1.35E-05	1.91E-06	3.92E-06	3.47E-05	1.66E-05	3.45E-05	1.66E-05
A6	AVRASYA	3E-05	2.92E-07	4.84E-05	9.14E-08	4.55E-05	1.5E-06	0.000127	6.26E-06	0.000126	6.26E-06
A7	DENİZ	0.0001	1.35E-06	2.21E-05	3.55E-06	3.49E-05	1.99E-06	0.000136	7.75E-06	0.000136	7.75E-06
A8	DOĞUŞ	9E-05	4.68E-06	3.37E-05	3.11E-05	5.02E-05	1.37E-05	6.82E-05	1.28E-05	6.79E-05	1.28E-05
A9	EMLAK K	8E-07	3.87E-07	1.27E-05	7.86E-06	4.13E-05	3.71E-06	0.000105	8.2E-06	0.000105	8.2E-06
A10	HALK	2E-06	7.31E-08	5.25E-06	2.56E-05	3.57E-05	9.79E-06	0.000121	1.87E-05	0.000121	1.87E-05
A11	İŞ	4E-08	5.92E-08	1.6E-06	6.57E-06	3.44E-05	9.03E-06	9.67E-05	1.21E-05	9.62E-05	1.21E-05
A12	KİLER	3E-06	7.31E-10	0	1.84E-05	9.96E-05	1.2E-05	0.000101	9.77E-06	0.000101	9.77E-06
A13	KÖRFEZ	5E-05	3.18E-06	3.36E-09	2.34E-06	2.61E-05	2.07E-06	9.02E-05	6.91E-06	8.98E-05	6.91E-06
A14	MARTI	2E-05	0	4.42E-05	1.27E-05	1.53E-06	0	4.1E-06	0	4.08E-06	0
A15	ÖZAK	5E-06	1.87E-07	1.16E-05	3.31E-06	7.63E-05	8.02E-06	0.000115	1.03E-05	0.000115	1.03E-05
A16	ÖZDERİCİ	8E-05	1.31E-05	3.35E-10	6.42E-06	2.83E-05	2.31E-06	9.71E-05	2.67E-05	9.67E-05	2.67E-05
A17	PANORA	2E-05	2.64E-07	2.77E-05	2.18E-05	9.25E-05	1.58E-05	0.000173	1.83E-05	0.000172	1.84E-05
A18	PERA	4E-06	1.42E-06	1.71E-06	5.97E-06	5.11E-06	9.73E-09	4.29E-05	1.28E-06	4.27E-05	1.28E-06
A19	REYSAŞ	6E-07	5.92E-08	3.84E-05	2.72E-05	6.99E-05	2.32E-05	7.69E-05	1.34E-05	7.65E-05	1.33E-05
A20	SERVET	3E-06	6.58E-07	2E-05	1.89E-05	4.94E-05	1.22E-05	0.000109	1.39E-05	0.000108	1.29E-05
A21	SİNPAŞ	2E-09	0.001836	2.3E-07	1.51E-07	5.16E-05	1.29E-06	5.18E-05	4.71E-06	5.16E-05	4.71E-06
A22	TORUNLAR	0	5.92E-08	8.7E-06	9.5E-06	4.26E-05	1.68E-05	8.27E-05	1.42E-05	8.24E-05	1.42E-05
A23	TSKB	0.0001	0.000432	1.89E-05	1.57E-05	6.91E-05	1.18E-05	0	1.6E-06	0	1.6E-06
A24	VAKIF	6E-06	5.33E-07	1.02E-06	2.18E-05	4.03E-05	0.000475	0.000108	0.000649	0.000108	0.00065
A25	YAPI KR	1E-06	5.66E-06	8.09E-07	1.39E-08	2.93E-05	1.77E-06	9.32E-05	5.36E-06	9.25E-05	5.27E-06
A26	YENİ GİMAT	5E-05	1.55E-06	3.19E-05	2.48E-05	5.03E-05	6.39E-06	0.000127	1.63E-05	0.000126	1.62E-05
A27	YEŞİL	5E-06	4.94E-07	1.89E-05	0	0	9.78E-07	2.08E-06	4.89E-06	2.15E-06	4.89E-06
A28	ALARKO	0.0003	3.22E-07	5.01E-05	3.14E-05	0.000694	8.75E-05	0.00075	6.3E-05	0.000746	6.3E-05

### 3.5. Ayırım Ölçülerini Hesaplama

Bu aşamada Öklit uzaklığından faydalanılarak İdeal ( $A^*$ ) ve Negatif İdeal ( $A^-$ ) çözümleri arasındaki uzaklık hesaplanmaktadır.

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2}$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

Karar noktalarının sayısı  $S_i^*$  ve  $S_i^-$  olarak ifade edilmektedir ve sonuçlar aşağıda görülmektedir.

**Tablo 8.** İdeal ( $A^*$ ) ve Negatif İdeal ( $A^-$ ) Çözümleri

		S+	S-	C
A1	AKFEN	0.143247	0.078298	0.353419
A2	AKİŞ	0.13569	0.088764	0.395467
A3	AKMERKEZ	0.127318	0.098126	0.435257
A4	ATA	0.132823	0.09468	0.416169
A5	ATAKULE	0.140898	0.086695	0.380922
A6	AVRASYA	0.143099	0.082663	0.36615
A7	DENİZ	0.139752	0.083213	0.373211
A8	DOĞUŞ	0.138574	0.080651	0.367891
A9	EMLAK K	0.136891	0.085666	0.384917
A10	HALK	0.138046	0.085724	0.383091
A11	İŞ	0.137917	0.084475	0.379847
A12	KİLER	0.13588	0.084372	0.383071
A13	KÖRFEZ	0.139505	0.082156	0.370638
A14	MARTI	0.151293	0.077308	0.338178
A15	ÖZAK	0.136073	0.084441	0.382928
A16	ÖZDERİCİ	0.129165	0.098556	0.432793
A17	PANORA	0.132019	0.088513	0.401361
A18	PERA	0.150845	0.075409	0.333292
A19	REYSAŞ	0.140048	0.081035	0.366535
A20	SERVET	0.137232	0.084786	0.381888
A21	SİNPAŞ	0.157068	0.051828	0.248104
A22	TORUNLAR	0.135539	0.083864	0.382238
A23	TSKB	0.144781	0.071683	0.331154
A24	VAKIF	0.136083	0.092838	0.405546
A25	YAPI KR	0.138363	0.087281	0.386808
A26	YENİ GİMAT	0.130956	0.086107	0.396692
A27	YEŞİL	0.152889	0.071682	0.319195
A28	ALARKO	0.085051	0.144235	0.62906

### 3.6. İdeal Çözüme Yakınlıkları Hesaplama

İdeal çözüme yakınlık derecesi her bir karar birimi için hesaplanır. Göreceli olarak en büyük olan  $C_i^*$  'e yakın diğer seçenekler belirlenir ve yakınlığa göre her bir karar birimi büyükten küçüğe sıralanır (Soba ve Eren, 2011).

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*}$$

Bu aşamada yapılan işlemler Tablo 9'da görülmektedir:

**Tablo 9.** Sıralama Tablosu

	C	Sıralama
ALARKO	0.62906	1
AKMERKEZ	0.435257	2
ÖZDERİCİ	0.432793	3
ATA	0.416169	4
VAKIF	0.405546	5
PANORA	0.401361	6
YENİ GİMAT	0.396692	7
AKIŞ	0.395467	8
YAPI KR	0.386808	9
EMLAK K	0.384917	10
HALK	0.383091	11
KİLER	0.383071	12
ÖZAK	0.382928	13
TORUNLAR	0.382238	14
SERVET	0.381888	15
ATAKULE	0.380922	16
İŞ	0.379847	17
DENİZ	0.373211	18
KÖRFEZ	0.370638	19
DOĞUŞ	0.367891	20
REYSAŞ	0.366535	21
AVRASYA	0.36615	22
AKFEN	0.353419	23
MARTI	0.338178	24
PERA	0.333292	25
TSKB	0.331154	26
YEŞİL	0.319195	27
SINPAŞ	0.248104	28

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada 2018 yılında Borsa İstanbul'da işlem gören 33 gayrimenkul yatırım ortaklığından Aralık 2018 itibariyle verilerine ulaşılabilen ve verileri devamlılık sağlayan 28 GYO'ya ait 24 farklı veri (finansal oranlar ve diğer veriler) çok ölçütlü bir karar verme yöntemi olan TOPSIS ile değerlendirilmiştir. Literatürde mevcut çalışmalarda TOPSİS yöntemiyle Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının ortalama finansal performansının yıllara göre değişimi incelenmişken, bu çalışma her bir yatırım ortaklığı bazında performans değerlemesi yapması açısından diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Çalışma TOPSİS yönteminin bir finansal performans değerlendirme yöntemi olarak kullanılması ve bu değerlemede kullanılacak finansal oranlar ve diğer verileri ortaya koyması açısından literatüre katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın temel kısıtları araştırmanın sadece Türkiye'deki gayrimenkul yatırım ortaklıklarının performansını değerlendirmesi ve Borsa İstanbul'da işlem görmekte olan ve verilerine erişilebilen gayrimenkul yatırım ortaklıklarını kapsamamasıdır.

Bu yöntem ile çoklu kriterler dikkate alınarak performans değerlendirilmesi yapılabilmekte ve karar birimleri performanslarına göre sıralanabilmektedir. Çalışmada 28 GYO'ya ait finansal oranlar ve diğer veriler beş yıllık ortalama, son yıla ait 12 aylık ortalama ve çeyreklik bazında bazı finansal oranlar ve finansal verileri kullanılarak TOPSIS yöntemi ile GYO'ların performans değerlendirilmesi yapılmıştır. GYO'ya ait kullanılan veriler, Fiyat/ Satış (Son oniki ay), Fiyat /Defter Değeri (Son Çeyrek), Brüt Marj(Son oniki ay), Brüt Marj (Beş yıllık Ortalama),

Faaliyet Marjı (Son oniki ay), Faaliyet Marjı (Beş yıllık Ortalama), Vergi Öncesi Marj (Son oniki ay), Vergi Öncesi Marj (Beş yıllık Ortalama), Hisse Başına Asgari Kar, Defter Değeri/Hisse (Son Çeyrek), Nakit/Hisse (Son Çeyrek), Özkaynak Getirisi (Son oniki ay), Özkaynak Getirisi (Beş yıllık Ortalama), Aktif Getiri (Son oniki ay), Aktif Getiri (Beş yıllık Ortalama), Yatırım Getirisi (Son oniki ay), HBK (En Son Çeyrek) karşısında Bir Yıl Önceki Çeyrek, HBK (Son oniki ay) karşısında Bir Yıl Önceki Son oniki ay, 5 Yıllık Satış Büyümesi, Cari Oran (Son Çeyrek), Aktif Devir Hızı(Son oniki ay), Alacaklar Devir Hızı (Son oniki ay), Uzun Dönem Borç/Varlık (Son Çeyrek), Toplam Borç/Varlık (Son Çeyrek) şeklinde sıralanabilir.

Veriler çeşit ve dönemlik özelliklerine göre ağırlıklandırılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda her bir GYO ‘ya ait performansı skorları tespit edilmiş ve bir finansal performans sıralaması oluşturulmuştur. Listenin ilk sırasında Alarko GYO ve son sırada Sinpaş GYO gelmektedir.

Müteakip çalışmalarda Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları’nın finansal performansının ölçümünde farklı yöntemler uygulanabilir. Ayrıca TOPSİS yöntemi de finansal performansın ölçümünde farklı alanlarda kullanılabilir. Araştırmacılar farklı finansal oran ve verileri değerlendirerek gayrimenkul yatırım ortaklıklarının finansal performansının değerlendirilmesinde daha kapsamlı sonuçlar elde etme olanağı bulabilirler. Farklı ülkelerin gayrimenkul yatırım ortaklıklarının finansal verilerine ulaşabildiği takdirde karşılaştırmalı çalışmalar yürütmenin de faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- AKKAYA, Göktuğ Cenk, (2004); “Finansal Rasyolar Yardımıyla Havayolları İşletmelerinin Performansının Değerlendirilmesi”, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:19 Sayı:1, ss:15-29
- ALIAS, A., & Y, S. T. C. (2011). Performance Analysis Of Reits : Comparison Between M-Reits and UK-Reits. Journal of Surveying, Construction and Property Vol.2. [http://doi.org/10.1016/S1730-1270\(10\)60030-6](http://doi.org/10.1016/S1730-1270(10)60030-6)
- ANDERSON, R. I., Fok, R., Springer, T., & Webb, J. (2002). Technical efficiency and economies of scale: A non-parametric analysis of REIT operating efficiency. European Journal of Operational Research, 139(3), 598–612. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(01\)00183-7](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00183-7)
- ANDERSON, R.I. & Springer, T.M. (2002).REIT Selection and Portfolio Construction: Using Operating Efficiency as an Indicator of Performance. Journal of Real Estate Portfolio Management
- ANDERSON, R.I., Brockman C.M., Giannikos, C. & Mcleod, R.W.(2004). A Non- Parametric Examination of Real Estate Mutual Fund Efficiency. International Journal of Business and Economics
- BLOCK R.L. (2015) Investing in REITs: Real Estate Investment Trusts, Fourth Edition, Wiley.
- CASE, B. (2013). Real Estate Investment Trusts. In Alternative Investments: Instruments, Performance, Benchmarks, and Strategies. <http://doi.org/10.1002/9781118656501.ch7>
- CHEN S.J., Hwang C. L. (1992). Fuzzy Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications. Martin J. Beckmann and W. Krelle (Eds.). Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg.
- COŞKUN, Y., Selcuk-Kestel, A. S., & Yilmaz, B. (2017). Diversification benefit and return performance of REITs using CAPM and Fama-French: Evidence from Turkey. Borsa Istanbul Review, 17(4), 199–215. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.08.003>
- DEMİRELİ, Erhan (2010); “Topsis Çok Kriterli Karar Verme Sistemi: Türkiye’deki Kamu Bankaları Üzerine Bir Uygulama” Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (5:1) ss.101-112.
- DEVANEY, M., & Weber, W. L. (2005). Efficiency, scale economies, and the risk/return performance of real estate investment trusts. Journal of Real Estate Finance and Economics. <https://doi.org/10.1007/s11146-005-2791-5>
- DOUGLAS, Nanka Bruce. (2006). Ownership and Technical Efficiency Analysis in the Spanish Real Estate Sector.
- EICHHOLTZ, P., Kok, N., & Yonder, E. (2012). Portfolio greenness and the financial performance of REITs. Journal of International Money and Finance, 31(7), 1911–1929. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2012.05.014>
- ELEREN, Ali; KARAGÜL, Mehmet; (2008), “1986-2006 Türkiye Ekonomisi Performans Değerlendirmesi” Celal BAYAR Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1
- GOLEC, J. H. (1994). Compensation policies and financial characteristics of real estate investment trusts. Journal of Accounting and Economics, 17(1–2), 177–205. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(94\)90009-4](https://doi.org/10.1016/0165-4101(94)90009-4)
- History of Reits, <https://www.reit.com/what-reit/history-reits> (22.11.2018)
- HWANG, Ching, Lai., YOON, Paul., (1981), “Multiple Attribute Decision Making In: Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems” , Springer-Verlag-Berlin
- İSLAMOĞLU M., Apan M., Öztel A. (2015) An Evaluation of the Financial Performance of REITs in Borsa Istanbul: A Case Study Using the Entropy-Based TOPSIS Method, International Journal of Financial Research, Vol. 6, No. 2; 2015.
- İŞ GYO (2018), Sıkça Sorulan Sorular <https://www.isgyo.com.tr/is-gyo-gayrimenkul-yat%C4%B1r%C4%B1mcilikleri-is-gyo-guvencesiyle/sikca-sorulan-sorular/>, (22.11.2018)
- KVK, Kurumlar Vergisi Kanunu
- LATIPAH S., Tahir H.M., Zaharudin Z.A. (2012). Measuring Efficiency of Real Estate Investment Trust Using Data Envelopment Analysis Approach, Conference: The Fifth Foundation of Islamic Finance Conference (FIFC)At: The Westin Langkawi Resort & Spa, Kedah, Malaysia
- LEE, C. C., Chien, M. S., & Lin, T. C. (2012). Dynamic modelling of real estate investment trusts and stock markets. Economic Modelling, 29(2), 395–407.

- LI, H., Adeli, H., Sun, J., & Han, J. G. (2011). Hybridizing principles of TOPSIS with case-based reasoning for business failure prediction. *Computers and Operations Research*, 38(2), 409–419.
- LIU, P. (2010). Real estate investment trusts: Performance, recent findings, and future directions. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 415–428.
- MOHAMAD, N. E. A. B., & bin Zolkifli, I. A. (2012). The determinant factors of real estate investment trust (REIT)'s performance: Evidence from Asian REITs. *Capital Market Review*, VI(1), 53–59.
- MULL, S. R., & Soenen, L. A. (1997). U.S. REITs as an asset class in international investment portfolios. *Financial Analysts Journal*, 53(2), 55–61. <https://doi.org/10.2469/faj.v53.n2.2072>
- Mynet Finans (2018) <http://finans.mynet.com/borsa/endeks/xgmyo-bist-gayrimenkul-yo> (21.11.2018)
- NAREIT (2018) Nareit: Real Estate Working for You, <https://www.reit.com>, (22.11.2018)
- OPRIOVIC, Serafim; TZENG, Gwo-Hshiung; (2004), “Compromise solutions by MCDM Methods: A Comparative Analysis of VIKOR and TOPSIS”, *European Journal of Operational Research*, 156, ss 445–455
- OY, Osman & Güngüler, Gülcan, (2010). *Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları*, Beta: İstanbul. ISBN:978-605-377-172-2 s.67.
- ÖZDEMİR M. (2014) *TOPSIS, Operasyonel, Yönetmel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*, sayfa: 133-153, Dora Basım-Yayın Dağıtım, Bursa, 2014
- ROSZKOWSKA E. (2011) *Multi-Criteria Decision-Making Models by Applying the TOPSIS Method to Crisp and Interval Data*, [in:] Trzaskalik T., Wachowicz T. (eds.). *Multiple Criteria Decision Making '10-11*, Katowice.
- SEMER, S.L. (2009) *A Brief History of US REITs, Selected US Tax Developments* Co-Editors: Sanford H. Goldberg and Peter A. Glicklich, *canadian tax journal / revue fiscale canadienne* vol. 57, no 4, 960-71.
- SPK (2014) *Sermaye Piyasası Kurulu'nun III-48.1 sayılı “Ortaklıklarına İlişkin Esaslar Tebliği”*, 23.01.2014.
- SPK (2018) *Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları Tanıtım Rehberi*
- SOBA, M, EREN, K. (2011). *Topsis Yöntemini Kullanarak Finansal Ve Finansal Olmayan Oranlara Göre Performans Değerlendirilmesi, Şehirlerarası Otobüs Sektöründe Bir Uygulama*. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11 (21), 23-40. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/susead/issue/28414/302372>
- SU, H. C., Erickson, J., & Wang, K. (2003). *Real Estate Investment Trusts, Structure, Performance, and Investment Opportunities*. Oxford University Press, USA. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- TANG, C. H. (Hugo), & Jang, S. C. (Shawn). (2008). The profitability impact of REIT requirements: A comparative analysis of hotel REITS and hotel C-Corporations. *International Journal of Hospitality Management*, 27(4), 614–622.
- TIK, B., Leong, & Aziz, A. R. A. (2015). *GFC IMPACT ON REAL ESTATE INVESTMENT TRUSTS (REITs) IN MALAYSIA*. *Conference Proceeding*, 1986(January 2005), 18–21.
- TR.INVESTING.COM (22.11.2018)
- TÜİK (2018) *Türkiye İstatistik Kurumu*, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (22.11.2018)
- USTASÜLEYMAN, Talha; (2009), “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: AHS-TOPSIS Yöntemi”, *Bankacılar Dergisi*, Sayı 69, ss 33-43
- TCMB (2018) *TCMB Web Sitesi*, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Secilmis+Grafikler> (22.11.2018)
- WU, P. S., Huang, C. M., & Chiu, C. L. (2011). Effects of structural changes on the risk characteristics of REIT returns. *International Review of Economics and Finance*, 20(4), 645–653. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2010.12.002>
- YETGİN F. ve İçten O. (2018) *TOPSIS Yöntemi ile Borsa İstanbul'da İşlem Gören Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının 2007-2016 Yılları Arası Finansal Performans Analizi*, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5, (1), Nisan 2018, ss. 19-44.
- YILMAZ M.K. ve İçten O. (2018) *Borsa İstanbul'da İşlem Gören Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Nakit Akımı Odaklı Finansal Performans Analizi (2007-2016)*, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar* 2018 Cilt: 55 Sayı: 635

YUNG, K., & Nafar, N. (2017). Investor attention and the expected returns of reits. *International Review of Economics and Finance*, 48, 423–439. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2016.12.009>



**Citation:** Özdemir, O. & Kayhan, F. (2019). The Effect Of Global Financial Crisis On Securities Portfolio Of Deposit Banks: A Difference-In-Differences Method For Turkey, BMIJ, (2019), 7(1): 444-466 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1082>

## THE EFFECT OF GLOBAL FINANCIAL CRISIS ON SECURITIES PORTFOLIO OF DEPOSIT BANKS: A DIFFERENCE-IN- DIFFERENCES METHOD FOR TURKEY

Onur ÖZDEMİR<sup>1</sup>

Fatih KAYHAN<sup>2</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 20/01/2019

Accepted Date (Kabul Tarihi): 02/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*This study analyzes the effects of the global financial crisis of 2008 upon public and private deposit banks' securities portfolio in Turkey for the quarterly period between 2005 (Q1) and 2015 (Q4). Difference-in-Differences (DiD) method is employed to solve the research question of this paper, which is whether or not there exist a significant change in differences between Turkish public and private banks' ratio of securities (financial assets) to total assets during and after the crisis. This study concludes by suggesting that after the global financial crisis, securities to assets ratio of publicly owned deposit banks significantly differed from that of privately owned ones in Turkey. Compared to the private deposit banks, there has been a significant decrease in the specified ratio of public deposit banks. This can be explained by taking into account the very nature of public banks. The results of the econometric analyses indicate that after the crisis, unlike the private deposit banks, state-owned deposit banks held fewer securities in their total assets in Turkey, which is in line with the behavior of lending more to eliminate the negative effects of the crisis of 2008.*

**Keywords:** Securities Portfolio, Public and Private Deposit Banks, Banking Behavior, Global Financial Crisis, Difference-in-Differences (DiD) Method

**JEL Codes:** F65, P10, E25

## KÜRESEL FİNANSAL KRİZİN MEVDUAT BANKALARININ MENKUL KIYMETLER PORTFÖYÜNE ETKİLERİ: TÜRKİYE İÇİN DIFFERENCE-IN- DIFFERENCES METODU

### ÖZ

*Bu çalışma, 2008 küresel finansal krizinin, 2005 (Ç1) ve 2015 (Ç4) arası çeyrek dönemde Türkiye'de kamu ve özel mevduat bankaları üzerindeki etkilerini incelemektedir. Çalışmanın araştırma sorusu, kamu ve özel sermayeli mevduat bankalarının 2008 Küresel Finans Krizi anında ve sonrasında finansal varlık/toplam varlık oranında istatistiksel olarak anlamlı derecede bir değişim olup olmadığı, Difference-in-Differences (DiD) yaklaşımı ile çözülmektedir. Çalışmanın sonuçları göstermektedir ki; Türkiye'de kamu sermayeli mevduat bankalarının toplam varlıklarına oranla menkul kıymetler portföyü toplamı, küresel finansal kriz sonrasında özel sermayeli mevduat bankalarından önemli ölçüde farklıdır. Özel sermayeli mevduat bankalarına kıyasla kamu sermayeli mevduat bankalarının belirtilen oranlarında önemli bir düşüş yaşanmıştır. Bu sonuç, kamu bankalarının kendine özgü nitelikleri ile izah edilebilir. Ekonometrik analiz sonuçları Türkiye'de kriz sonrasında kamu bankalarının aktiflerinde özel sermayeli mevduat bankalarının aksine daha az sayıda menkul kıymet bulundurduğunu ve 2008 krizinin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için daha fazla borç verme davranışına uygun olduğunu göstermektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Menkul Kıymetler Portföyü, Özel ve Kamu Sermayeli Mevduat Bankaları, Bankacılık Davranışı, Küresel Finansal Kriz, Difference-in-Differences (DiD) Metodu

**JEL Kodları:** F65, P10, E25

<sup>1</sup> Asst. Prof., Istanbul Gelisim University, International Trade (English) Department, [onozdemir@gelisim.edu.tr](mailto:onozdemir@gelisim.edu.tr), <http://orcid.org/0000-0002-3804-0062>

<sup>2</sup> Dr., MetLife, Finance Specialist, [fatih.kayhan06@gmail.com](mailto:fatih.kayhan06@gmail.com), <http://orcid.org/0000-0001-7844-8663>

## **1. INTRODUCTION**

In a free market economy, it can be stated that there is a close relationship between the overall health of the economy and the banking system. Banking activities and more specifically banking behaviors are highly influential in economic conditions. In this vein, the banking system plays an important role as financial intermediaries to provide the necessary amount of resources to individuals who have a shortage. Therefore, the financial sector as a whole still strictly depends on the functions of the banking system. Since banks use different types of financial instruments and thus provide the flow of funds among economic agents, they constitute the most important pillar of money transfers in the financial sector. However, it should be also mentioned that due to the technological progress in the banking system, banks do not limit themselves only with the transfer of excess money available in their accounts in line with the above-mentioned process, but also perform a wide range of financial transactions.

Traditional wisdom on the theory of banking defines the role and behavior of banks in the most abstract form as follows: it is an institution and/or organization which carries out the collection of deposits from individuals and then lends them to the public to make transactions of economic needs more easily. This definition is very strict in itself since lawmakers use it to decide whether or not they are subject to the legislation of any financial intermediary. However, the modern banking theory divides the functions of banks into four major categories (Freixas and Rochet, 2008): (i) providing access to the payment system; (ii) asset transfer; (iii) risk management; and (iv) information process and tracking of indebted people.

In addition, from a much different and wider perspective, the importance of bank behavior can be evaluated through their dimensions and social impacts of bank activities. For instance, when the macroeconomic conditions are examined, it was observed that the effects of banks' intermediation activities had a significant effect on the overall health of the economy between 2004-2008 period within the context of monetary and credit developments in the Eurozone. Therefore, it shows that the analysis of money and credits in terms of their growth rates is of great importance for performing of an appropriate monetary policy. In that sense, judging by the role of banking behavior in terms of monetary policies, it can be posted as one of the most crucial determinants of credit developments. Hence, ignoring the role of banking attitudes and behaviors of banks can be meant that banks as financial intermediaries have a passive role in an aggregate economy in which it makes their major positions in the emergence of financial crises should not be excused (European Central Bank, 2011).

A deposit bank collects deposits and provides lending to individuals, companies or holds its assets as a liquid or financial securities. During the non-crisis period, it is apparent that a deposit bank lends more instead of holding more assets in its balance sheet. However, during the economic and financial crisis, a deposit bank chooses to be liquid by holding more securities in its total assets instead of lending more due to the increase in repayment-risk of the loans provided. A privately-owned deposit bank may prefer this behavior with the only motivation for making more profit. Nevertheless, does a state-owned deposit bank behave in the same way? Or does it behave with different motivation and behave differently in crisis time by holding financial assets less in order to lend more in an effort to decrease the effects of the financial crisis? In that vein, this paper looks for an answer to the following question: Do publicly-owned banks behave counter-cyclically and hold financial assets less in comparison to their privately-owned rivals for the purpose of providing more loans to companies that need funding in crisis time? Taking the mission of a public bank into account, this is expected behavior from the publicly-owned bank which is, in the final analysis, a state-agent. This study is based on this theoretical argument.

By taking into account of the above-mentioned theoretical consideration in the context of the hypothetical question, the aim of this study is to determine whether or not the public deposit banks in Turkey behaved differently in comparison to private deposit banks in terms of holding financial assets after the global financial crisis determining the existence of difference in differences regarding the ratio of securities to total assets. Another way of saying, the focal point of this study is to determine whether or not state-owned deposit banks in Turkey behaved in a counter-cyclical way after the global financial crisis of 2008.

The contribution of this study to literature is that findings of the change in differences between public and private deposit banks' ratio of securities to total assets during and after the crisis are provided via econometric analysis for Turkish deposit banks by employing Difference-in-Differences (DiD) method.

Introduction part provides the basic information about the paper together with the motivation of this study. The rest of this paper is organized as follows. Section 2 covers the literature review. Turkish Banking Sector is covered in Section 3. Section 4 discusses the data, methodology and the econometric results. Section 5 concludes the article.

## **2. THEORETICAL CONSIDERATIONS ON FINANCE AND BANKING SECTOR**

After the repayment difficulties about risky mortgage loans in the USA in 2007, the financial institutions that invested in financial assets and derivative products based on mortgage loans commenced facing financial difficulties. The bankruptcy of Lehman Brothers - leading investment bank at that time in the USA- gave rise to the start and escalation of the crisis that still has reflections on the world economies.

According to the Kindleberger and Aliber (2005), there are mainly three stages in the history of the financial crises which are ranged as manias (euphoria), panics and crashes, respectively. Related to these stages, the crash in the capitalist organization emerges as a decline of asset prices or more specifically, as the collapse of the banking system and/or firm structure. The crash brings further panics in an aggregate economy, especially in the financial sector, by negatively affecting the asset markets as a whole. A panic leads people to hold more reliable securities such as government securities which are less liquid. The increasing demand for less liquid government securities depends on the idea that the government has unlimited power to print more money. Therefore, the possibility for government bankruptcy is very nominal. Although this is the case for traditional wisdom of people who own these less liquid government securities, the financial crisis may emerge in other sectors or in the sectors where the government is also economically active (Kindleberger and Aliber, 2005: 94). Just before the panics and crash, the mania and the bubble emerge as a significant factor exacerbating the current problems in economic relations. Therefore, the word “mania” indicates irrationality and “bubble” ushers in that some values which will eventually burst (Kindleberger and Aliber, 2005: 25).

However, Beaud (2015: 190-191) specifies that the logic behind the financial crisis depends on the following conditions: (i) the raising costs<sup>3</sup> and (ii) the shrinking of markets<sup>4</sup> (including both real and financial markets). Independent from these two factors, the reasons behind the capitalist crises, especially emerging in the financial sector, can be extended within the context of different economic, social and political conditions. For instance, some crucial factors related to the economic sides of the conditions can be ranged as follows (Beaud, 2015: 191): (i) the decline of marketing prices; (ii) the realization problems of profits; and (iii) the severe competition across various markets.

---

<sup>3</sup> For instance, the increase in wages or the prices of trackages in the United States.

<sup>4</sup> For instance, the erosion of purchasing power in the agriculture, the decrease in the consumption level of workers, the reduction in government expenditures, or the problems that the foreign exchange markets have in transactions of money.

Heilbroner and Milberg (1998: 8) also state that the manipulative activities emerging in financial transactions prepare the conditions of economic depression and thus lead to an increasing size of the impact of factors that cause to the emergence of the financial crisis. Following the stock market crash, the credit structure collapses and therefore individual investors are forced to sell out their stock to brokers to meet their indebtedness. The financial sector as a whole may suddenly become an insolvent which is highly engaged in risky foreign bonds. Hence, the policies pursuing by monetary authorities become unaffected to reform the financial sector. In that vein, Albertini et al. (1990: 98) rightfully underline the importance of parallelism between the prices of stocks and the development level of economic activities.

In addition to the details of specific areas of the financial sector, one can look at the economy politics of finance in order to understand the changes in the banking industry throughout the historical movement both for cross-country and within-country analyses. In that sense, the finance as a whole and the financial ingredients in a specific case can be understood within the case of financialization. It also led us to make sense about the crises emerging in the financial system. According to Arrighi ([1994]2010: 371), the financialization has always been the preface to the final crisis of the dominant regime of capital accumulation, that is, to its decadence and ended by a new phase of regime though it promotes its organizers to maintain their economic and political power. Gungen (2010: 86) argues that one of the major implication of Arrighi [1994] (2010)'s study can be found in its multi-functional explanation in case of financialization since it can be used as a tool for understanding the changes in the behavior of households and individuals. Furthermore, the term itself has been the basis for an explanation of the formation of investment both at national and international level (Gungen, 2010: 86). For instance, Kozanoğlu (2011: 14) argues that it is possible to point out the consensus about the fact that financialization is the last step of the historical process commenced with neoliberalism and continued with globalization. Therefore, to test the effects of different points of financial components on the social realm, the internal dynamics of these historical steps should be considered.

The comprehensive outlook for different implications about financialization is made by Epstein (2005) in which the role of finance capital strictly depends on the ingredients of both neoliberalism and globalization. The strict connection of these lead Epstein (2005: 3) to argue that financialization can be defined as an increasing role of financial motives, financial markets, financial actors and financial institutions in domestic economies and international economies as well. This kind of definition is also adopted by Krippner (2005: 176) and she

complements the theoretical context of Epstein (2005) by referring to two controversial issues which are highly effective on the hypothetical inferences of financialization: (i) the issue on the management of firms and/or institutions; and (ii) the issue on the role of globalization in terms of the collapse of state autonomy. According to Krippner (2011: 4), these issues exacerbate the profit-making tendencies in economic activities to arise by way of financial channels in contrast to the productive activities. Therefore, the historical process is conducted on an increasing gap between the real and financial sectors<sup>5</sup>.

Dumenil and Lévy (2011) also point out that the financialization process cannot be considered separately from the neoliberalism and globalization phenomena, and thus emphasize that the impact of financialization on the socio-economic and political elements should be discussed interactively with the other two cases. However, they also note that the meaning of financialization includes duality in itself. Therefore, the financialization process can be evaluated in two cases. On the one hand, it can be defined as a focus on the financial institutions and the innovative procedures of the financial relations; on the other hand, it can also be taken as an understanding of administrative criteria such as the creation of the value a shareholder ought to have<sup>6</sup> (Dumenil and Lévy, 2011: 35).

Milios and Sotiropoulos (2009) examine the potentials of economic crises within the case of an increasing scale of financialization in aggregate economic relations and thus share the almost same perspectives argued by Epstein (2005). However, the distinctive feature of their arguments from the others is based on the fact that they point out the role of neoliberal components in making an analysis about the recent changes in the financial system of different economies. According to Milios and Sotiropoulos (2009), four major factors determine the limits of financialization which can be ranged as follows: (i) the deregulation of labour markets; (ii) the liberalization of capital flows; (iii) the privatization of the public sector; and (iv) the increasing access to cheap credits.

Stockhammer (2004) examines the term of financialization on the basis of non-financial companies. As a matter of fact, according to Stockhammer (2004: 721), the financialization is defined as the integration of non-financial businesses into financial markets. In other words, the financial activities in an aggregate economy are investigated as the reflection of a shift in the firm's objectives and its motives and a rising impact of

---

<sup>5</sup> For more information about the relationship between capital accumulation and financialization, please also see Krippner (2004).

<sup>6</sup> In addition to these two definitions, comparable surplus rates and profit rates of the financial sector should be also included into the analysis. The boom in the components of financial management within the financial institutions and non-financial firms as well as the extraordinary increase in revenues paid to financial managers should be included into these investigations. For more details, please also see the older analyses of Dumenil and Lévy (2004a, 2004b).

shareholder interests in the firm. For instance, related to this classification, Orhangazi (2008: 5-6) investigates the financialization phenomenon both at micro and macro levels. First, in the macro-dimension, financialization can be regarded as an increasing volume and importance of financial markets, institutions and transactions in the economic activities. Second, in the micro-dimension, financialization can be used to identify the changing relationship between non-financial institutions and financial markets. The first of these changes is the increase in financial investments and the increase in financial revenues of non-financial firms, and the second is the increasing pressure on the financial market-oriented management of non-financial firms.

Even though the increasing scale of finance has been influential on an aggregate economy in general, there were still some problems with defining the financialization<sup>7</sup>. This is very crucial since the changes in socio-economic structures of countries, especially covering emerging economies, have highly been affected by the increasing power of the financial sector on productive relations over time. Hence, some common arguments are needed to understand the changes in different phenomena emerging in the financial sector. For instance, Sweezy (1997) defines the financialization as a shift from the center of gravity of the capitalist system through production to finance which indirectly points on the complexity of economic activities<sup>8</sup>. Following the Sweezy (1997)'s argument, Foster (2010) focuses on the long-run determinants of financialization in the context of three basic characteristics of the economies: (i) the overall decline in growth rates; (ii) the increasing dominance of monopolistic/oligopolistic multinational corporations; (iii) the increasing impact of financial motives in capital accumulation. In addition, Foster (2010) specifies the changes occurring in case of financialization by looking at the following economic conditions: (i) increase in financial profits in total profits; (ii) rise of total debt in GDP; (iii) the growth of the share of finance, insurance and real estate (FIRE) sectors accruing in national income; (iv) the diversification of exotic and opaque financial instruments; and (v) the rise of the numbers of financial bubbles all over the world economies.

---

<sup>7</sup> Karaçimen (2015: 91) also classifies different types of effects of financialization by focusing on several economic phenomena: (1) for an investigation of financialization in terms of macroeconomic framework and its effects on capital accumulation within the context of center countries please see Dumenil and Levy (2004b), Stockhammer (2004), Crotty (2005) and Orhangazi (2007); (2) for an investigation of the arguments of social accounting approach and its term of "coupon pool capitalism" please see Froud et al. (2001) and Ertürk and Solari (2007); (3) for an investigation of the arguments on the maximization of shareholder value please see Aglietta (2000) and Boyer (2000); (4) for more individualistic investigations of financial expansion please see Martin (2002) and Langley (2008); and (5) for an investigation of the structural change of capitalism in terms of financialization within the frame of banking sector development and increasing household debts please see Dos Santos (2009), Ergüneş (2009) and Lapavistas (2009a, 2009b, 2010b).

<sup>8</sup> To get a comprehensive outlook for the historical details on this issue, please see Sweezy (1991).

Lapavitsas (2010a) also extends the above-mentioned components of financialization by using more specific details acquiring from the banking sector. According to Lapavitsas (2010a), the financial sector as a whole should be understood in case of a different framework since the financialization itself has a multi-conceptual context which is highly specific to the within-country factors. In essence, three fundamental trends have formed the basis of this new way of looking to the financialization. First, large companies were able to finance their own investments from non-distributed profits and were able to provide external financing, largely out of the open market, which has been weakened the dependency on the banking sector. Second, the banks have transformed their loans by transferring available credits to the individuals besides the firms. Third, workers have been increasingly linked to the financial system which has led them to change their behaviors towards being much reliable to the borrowing and financial gains and has increased the size effects of the economic downturns.

Paincheira (2008), on the other hand, states that the acceleration of financialization, based on developing countries, has great effects on their economies. In particular, Paincheira (2008), who addresses the case of international capital flows, explores the financialization impact on these countries in the presence of two issues. First, the high rates of current account deficits as part of GDP result in financial and foreign exchange crises. Second, the international reserves are very high level in those countries. The factors that the international reserves depend on are basically formed by two distinctive issues which are protectionism and the real depreciation in foreign exchange rates exacerbated by the increasing scale of protectionism. Moreover, as an additional factor, it can be necessarily pointed out that the increasing degree of economic integration in global financial markets is effective in making reserve accumulation in these countries. This approach produced by Paincheira (2008) is highly significant due to the fact that it shows the effects of reserve accumulation on north and south distinction of economies. The accumulation of reserves essentially leads the direction of capital transfer from developing countries to developed countries and hence increases the economic impact of the public sector. The importance of the current issue in the context of financialization is basically due to the fact that the countries which have reserve surplus have the power to provide funds to the countries which have deficits in their reserves by different kinds of financial instruments and also have an important role in the development path of the financial relations.

The multifaceted perspectives on financialization were also been maintained by Dore (2002) and Wade (2005). First, Dore (2002) discusses the effects of financialization on



institutional change. Therefore, financialization needs to be interactive with different fields. According to Dore (2002: 116-117), they can be listed as follows: (i) the condition of financial controls within the firm management; (ii) the ratio of total assets to financial assets; (iii) the ratio of financial assets to marketed bonds and stocks; (iv) the importance of stock exchange and business cycles for internal control in determining firm strategy; and (v) increasing dominance of financial sector in total economic activity. Second, Wade (2005) discusses the financialization in the context of the relationship between the real sector and the financial sector. According to Wade (2005), the increasing hegemony of financial sector on the real sector constitutes one of the most important components of the recent period which is based on three factors: (i) reinforcing the corporate ties and normative matching within the interests of wealth owners; (ii) the redistribution of national income towards the capital owners; and (iii) the redistribution of total income in favour of the highest %1 and %10 percentiles of households.

However, Kotz (2008) has avoided defining the changing role of finance as part of an increasing hegemony of the financial sector. Instead of using this kind of hegemony relations as a concept in defining the changing financial relations, Kotz (2008) has preferred the term of financialization which was far-reaching to get more information on the growing role of finance in an aggregate economy. Kotz (2008) has further stated that the increasing scale of financialization constitutively hinges on the neoliberal restructuring. Therefore, Kotz (2008) has reversed the causality relationship between financialization and neoliberalism. In that vein, according to Kotz (2008), the financialization has been widened the distinction between non-financial activities and finance as a whole but also has led to the emergence of both qualitative and quantitative differences in the financial sector.

Related to the problems in economic structure, Albo et al. (2010), for instance, deal with financialization in case of both internationalization of capital<sup>9</sup> and economic crises. According to Albo et al. (2010: 40-41), the subordination of capital on the national level increases together with an increasing scale of financialization which is imposed as an external limit for the autonomous world market. In particular, Glyn (2006) states that the privileged position of the financial sector depends on both the aggregate demand and individual firm behavior. Hence, consumers have no obligation to make a decision under the limits of budget constraint. In that vein, the new role of the financial markets is conditioned on three basic tools which transform the scope of financialization as well: (i) the increasing control on firm's

---

<sup>9</sup> This is similar to the arguments of Sweezy and Magdoff (1972) in which they pointed on the increasing power of financial sector as a major indicator to understand the monopolization tendencies.

administration; (ii) the power to reduce costs; and (iii) the potential to maximize short-term profits<sup>10</sup>.

To be a more specific issue about the financialization, one can also focus on the components of the banking sector. For instance, holding securities as a part of liquidity behavior should be analyzed together with lending behavior. This is due to the fact that deposit banks' assets are comprised mainly of cash and cash equivalents (including reserves), securities and loans. If a bank prefers to increase lending, then it is to decrease liquid assets and/or securities. Therefore, a deposit bank is in a position to be more liquid by holding more liquid assets and financial assets or to lend more in the face an external shock (an economic financial crisis). Another way of saying, lending more means holding fewer securities and liquid assets.

As far as Turkey is concerned, the following studies analyze the impact of the crisis on the difference between the lending behavior of public and private banks. Kok and Ay (2013) and Marois and Güngen (2014; 2016) analyze Turkish banking system together with the crisis and state that public banks lend more than private banks in the global financial crisis of 2008.

A liquid asset to total assets ratio and securities to total assets ratio are used as liquidity ratios measuring the banks' liquidity behavior. Mihaljek (2010), Sanya ve Mlachila (2010) argue that in crisis times banks (ignoring the difference between publicly owned or privately-owned banks) tend to increase liquidity. Examining developing countries for the period from 2002-2009, Mihaljek (2010) analyses banking intermediary during the peak level of 2008 global financial crisis and reaches out the following findings; in developing countries the banks adjust themselves to the crisis (balancing their financial conditions according to the crisis), increase public debt instruments in their securities portfolio and decrease asset duration for the purpose of remaining more liquid. When we look at the determinants of the liquidity, we see that required reserve ratio has a significant effect on liquidity. Alper et al. (2016) analyze Turkish banks for the years between 2010-2015 in order to find the interaction between required reserve ratio and lending and thus maintain that the requires reserve ratio affects funding need and liquidity of the banks, in return the change in liquidity need has significant impact on lending behavior. On the other hand, high loans to deposit ratio is another determinant of the liquidity ratio on account of the fact that the ratio restrains liquidity.

---

<sup>10</sup> Husson (2010: 22) explains the financialization through profit making and value creation. In that token, the financial markets strengthened by financialization does not create any value. On the contrary, the profits produced in the real sector are generated by the leakages from the production.

### **3. TURKISH BANKING SECTOR**

When the basic functions of the banking sector are examined, it is apparent that they perform three distinct roles in the economic and financial system (Yüksel et al., 2004). The first is the trust. Investors essentially lend their money to the highly credible borrowers. This is what the banks should have in principle. The second is the transfer. The banks are the major units to collect the deposits from people. The third is the transformation. One of the most important conflicts of interests between the borrower and the creditor is the duration of the loan and in this sense, the banks act as a bridge between two parties. Most of them convert short-term deposits into short- and medium-term loans.

For instance, the total size of the asset statement of the banking sector increased by approximately 18.2% at the end of 2015 in Turkey, which tells us that the total amount is 2.357 billion Turkish Lira. The size of a total asset as part of GDP is 1.01% at the end of 2015<sup>11</sup>. In addition, the distribution of the types of loans indicates that the share of commercial and corporate loans is 48%, the share of SME loans is 26% and the share of individual loans<sup>12</sup> is 26% in total loans, respectively.

Moreover, according to the Main Indicators Report of Banking Regulation and Supervision Agency (BRSA) for 2015 (December), the size of the balance sheet shows that the ratio of foreign assets and liabilities to total assets and liabilities is 38% and 45%, respectively. When we look at the Turkish Lira (TL) and Foreign Currency (FX) distinction of loans, FX loans in total loans have a weight of 32%. On the other hand, when the TL and FX weight in the total deposits is analyzed, it can be seen that the foreign currency deposit in total deposits is 43%. In this context, it is important to examine the effect of the 2008 crisis and its aftermath on the banking sector<sup>13</sup>.

From 2005 to 2015, deposit banking assets comprise approximately 96% of the total conventional banking industry (total of deposit banking and development-investment banking) and public deposit banking assets comprise 31% of total deposit banks assets. Therefore, it can be stated that public deposit banking assets compose nearly one-third of conventional (deposit) commercial banks.

According to the Turkish Banking Sector Main Indicators Report issued by BRSA in June 2018 indicates that there are 52 banks operating in Turkey, which are classified as 34

---

<sup>11</sup> At the end of 2017, it was increased to the 1.05%.

<sup>12</sup> Individual loans consist of the total amount of consumer loans and credit cards.

<sup>13</sup> In particular, it should be noted that the return on equity and the capital adequacy are featured as the major factors in the overall health of the growth of the banking sector in Turkey.

deposit banks, 13 development and investment banks, and 5 participation banks. The report also notes the following details on the banking sector in Turkey:

- A number of branches realized as 11.598 and the number of personnel realized as 208.878.
- Total securities realized as 432 billion TL (11.8% of total banking assets) as of end-2017. This figure was 330 billion TL (14% of total banking assets) as of December 2015.
- When it comes to allocation of securities, it is seen that June-2018 figures are as follows: government bonds comprise 66%, Eurobonds 24%, Sukuk 3% (non-interest rent certificates issued by the Treasury) and others 7%.

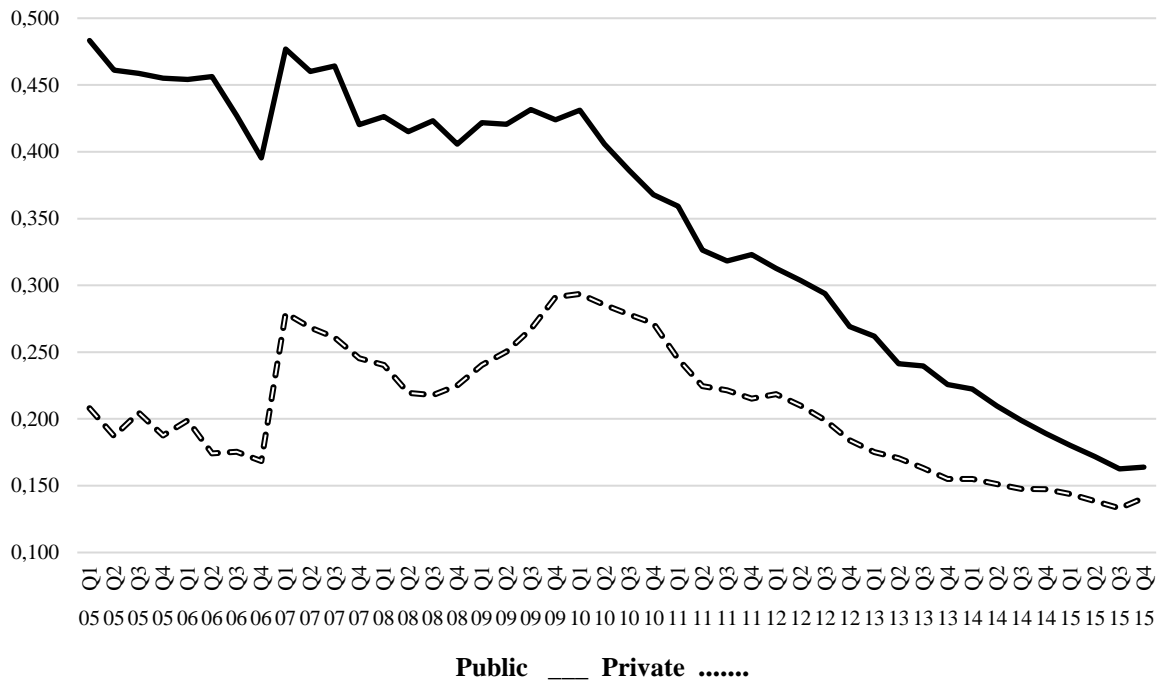
All in all, Table 1 shows the total assets and liabilities of the banking sector in June 2018. As seen from Table 1, the total assets of the banking sector went up by 12.7% to 3.672 billion TL as of June 2018. This is very crucial to have an idea about the general health of the banks and more specifically, of the financial sector. Figure 1 below indicates a statistically significant change in the differences between the Turkish public and private deposit banks' securities ratio (financial assets/total assets) after-crisis period.

**Table 1.** Total Assets of the Banking Sector, June 2018

<b>Assets</b>	<b>Total (Billion TL)</b>	<b>Change (Previous End of Year)</b>
Cash and Cash Equivalents <sup>14</sup>	295	12.8%
Required Reserves	261	15.1%
Loans	2,353	12.1%
Non-Performing Loans (Gross)	74	14.9%
<i>Securities</i>	432	7.5%
Other Assets	331	22.6%
<b>Total Assets</b>	<b>3,672</b>	<b>12.7%</b>
<b>Liabilities</b>	<b>Total (Billion TL)</b>	<b>Change (Previous End of Year)</b>
Deposits	1899	11.0%
Due to Banks	581	22.3%
Funds from Repo Transactions	210	112.9%
<i>Securities Issued</i>	176	20.9%
Equities	395	9.9%
Other Liabilities	411	-12.4%
<b>Total Liabilities</b>	<b>3,672</b>	<b>12.7%</b>

Source: BRSA

<sup>14</sup> Sum of cash, receivables from Central Bank, Money Market and Banks items.



**Figure 1.** Total Securities / Total Assets (2005-2015, Quarterly Period)  
(Deposit Banking Sector)

Source: BRSA

#### 4. DATA, METHODOLOGY AND EMPIRICAL RESULTS

The data is collected from the official database of BRSA. The data obtained from BRSA covers all public and private deposit banks for the period between 2005 and 2015. However, the sample period is formed as quarterly. In this sense, the total number of bank observations is 88 for the selected sample period<sup>15</sup>. The following analyses for the selected sample are based on the financial ratios which are released on the relevant database of BRSA in a uniform set as quarterly.

The major reason why we choose the year 2005 as the beginning period of analysis is due to the fact that 2005 is the year of regulatory changes occur in inflationary accounting in principle. In addition, to have standard data in all quarters, the year 2005 is chosen as the first date that the analysis is based on. Furthermore, considering the recovery period of four years just after the 2001 banking crisis in Turkey, we argue that the year of 2005 would be the most preferable year to select in order to obtain robust and significant results from the analysis. Finally, the availability of the selected data for the whole period precisely starts with the year of 2005.

<sup>15</sup> (Public + Private Banks) \* 44 quarter periods.

In this study, a dummy variable is used to control for ownership type of the deposit banks in Turkey which include both public banks and private banks. To control for the effect of the crisis on the bank lending behavior, two dummies are employed in the analysis. They include crisis and after-crisis variables which describe the crisis period between 2007 (Q4) and 2009 (Q2) and the period after the crisis, respectively. The dependent variable is the total (net) financial assets divided by the total assets. The dependent variable is the security ratio which is used in the traditional literature on the banking sector. Table 2 shows the details on the list of control variables.

**Table 2.** List of Control Variables

Variable	The Classification of Dummies	Source
crisis	The Crisis Period (2007Q4-2009Q2)	NBER
aftercrisis	The Period After the Crisis (2009Q2-2015Q4)	NBER
Variable	Banking Industry (Ownership) Type	Source
public	Publicly Owned Deposit Banks Dummy Variable	BRSA

Furthermore, Table 3 provides the summary statistics for the ratio of financial assets to total assets as well as the liquidity ratio and loans to assets ratio.

**Table 3.** Summary Statistics

Ratios	Obs	Mean	St. Dev.	Min.	Max.
loans / total assets (%)	88	49.6%	0.11	20.8%	63.3%
liquid assets / total assets (%)	88	8.2%	0.03	2.8%	13.2%
financial assets (net) / total assets (%)	88	27.9%	0.11	13.3%	48.3%

In this study, the crisis period is taken as a quarterly covering from 2007 (Q4) to 2009 (Q2) on the grounds that NBER indicates December 2007 and June 2009 as the last peak and deep levels for the expansion and the contraction of business conjunctures, respectively. In addition to this conceptualization about the crisis, we also choose that period since the CDS premiums have reached very high levels which were over 200.

The sample includes all public and private deposit banks in Turkey. The econometric technique that we choose to use in the following analysis is based on panel data method. In that sense, we deal with the effect of the global financial crisis on securities portfolio of deposit banks through the fixed effects model.

As a research question, we are concerned about whether or not there exists a significant change in differences between Turkish public and private banks' ratio of financial assets to total assets after the crisis. To test this research question, we utilize from DiD method. DiD is used to compare the differences of treatment and control groups after a natural experiment and then is used to estimate the application impacts of a natural experiment. In other words, DiD method is essentially an impact analysis which investigates the before-and-after periods relationship among variables<sup>16</sup>. In this study, the global financial crisis is treated as the natural experiment which started in 2008.

To test the hypothesized research question, we consider the following econometric model in equation, which is used apply DiD method in the analysis:

$$SEC_{it} = \beta_0 + \beta_{cr}D_{cr} + \beta_{pcr}D_pD_{cr} + \beta_{afcr}D_{afcr} + \beta_{pafcr}D_pD_{afcr} + \mu_1tq + \mu_2tqD_p + \alpha_i + \varepsilon_{it}$$

where SEC refers to securities portfolio which is estimated by total (net) financial assets divided by total assets;  $D_p$  refers to dummy variables for the public banks;  $D_{cr}$  refers to dummy variables for the only-crisis period, i.e. 2007Q4-2009Q2;  $D_{afcr}$  refers to dummy variables for the after-crisis period, i.e. 2009Q3-2012Q4;  $\beta_0$  constant term;  $tq$  refers to time trend;  $\mu$  refers to the coefficient of time trend;  $\alpha_i$  accounts for the fixed effects;  $i$  refers to observation unit and  $t$  refers to time.  $\varepsilon_{it}$  stands for the matrix of error terms.

The econometric analysis is built on the Standart Error Correction Method produced by Driscoll and Kraay (1998) since the diagnostic tests show that there exist serial correlation, heteroskedasticity and cross-sectional dependency between the series. In addition, the F-tests and the Hausman tests indicate that random effects or pooled OLS estimations are not proper for the data and thus the fixed effects method is selected for the analysis.

Quarter fixed-effects are not included in the analysis due to the fact that trend and dummy variables related to the crisis periods are already incorporated into the model. If quarter fixed-effects are included, this might cause some statistical problems such as multicollinearity. The separate analyses of the (only) crisis period and after-crisis period

---

<sup>16</sup> For more information on DiD method, please see Gropp et al. (2014) and Adams-Kane et al. (2014) who analyze the banking behavior.

makes it available to take the specific effects of the only-crisis period into account, which consist of seven quarters starting from 2007Q4 to 2009Q2. Table 4 shows the period intervals for crisis dummy variables.

**Table 4.** Period Intervals for the Analysis

	2005Q1-2007Q3	2007Q4-2009Q2	2009Q3-2015Q4
Crisis Analysis	Before-Crisis	Crisis	After-Crisis
(Only) Crisis	0	1	0
(After) Crisis	0	0	1

We build the analysis around the following hypotheses whether or not a DiD exists to determine the structure of the following hypotheses.

For the only-crisis period, the hypotheses are structured as follows:

**H<sub>0</sub>:** *There is no change in differences between public and private banks' securities ratio during the crisis period.*

**H<sub>1</sub>:** *There is a (significant) change in differences between public and private banks' securities ratio during the crisis period.*

As far as the after-crisis period is concerned, the following hypotheses are built as follows:

**H<sub>0</sub>:** *There is no change in differences between public and private banks' securities ratio after the crisis period.*

**H<sub>1</sub>:** *There is a (significant) change in differences between public and private banks' securities ratio after the crisis period.*

All in all, the preliminary analysis below shows a considerable change in the differences between public and private deposit banks' securities portfolio in Turkey, following the 2008 Global Financial Crisis. Table 5 shows basic DiD regression results and indicates a statistically significant change in differences between public and private deposit banks' securities ratio after-crisis period, which include the sample of all public and private conventional deposit banks in Turkey from 2005 to 2015 on a quarterly basis. The regressions are based on only bank ownership type (public and private banks) dummy variables and the crisis dummy variables. The term "crisis\*public" explains the interaction of only-crisis period



and the public bank. On the other hand, the term “aftercrisis\*public” accounts for the interaction of the after-crisis period and the public bank. The variable “tq\*public” refers to the interaction of time trend and public banks.

**Table 5.** Baseline Regression Results for Basic DiD Analysis

(Dependent Variable: Total (Net) Financial Assets / Total Assets)

Variables	Regression Results
crisis	0.0761** (0.0297)
aftercrisis	0.139*** (0.0403)
crisis*public	-0.0161 (0.00981)
aftercrisis*public	-0.0385** (0.0152)
tq*public	-0.00473*** (0.000347)
tq	-0.00581*** (0.000936)
Constant	1.844*** (0.000936)
No. of observations	88
No. of groups	2

**Note:**Standard errors in parentheses, \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

DiD results are summarized in Table 6. The basic DiD analysis is conducted by using only “crisis status” and “bank ownership type”. The table indicates a significant change in securities ratio of public deposits in Turkey in comparison to the private deposit banks after-crisis period. As far as the only-crisis period is concerned, there exists no significant change in public deposit banks’ ratio when compared to private deposit banks’ ratio despite the negative sign. That is to say, after the crisis -on average- there is a considerable decline in public deposit banks’ securities ratio when compared to private deposit banks’ securities ratio.

**Table 6.** Summary of Basic DiD Analysis

Period	Securities	Method
(Only) Crisis Period (3 Period Analysis)	-	DiD
(After) Crisis Period (3 Period Analysis)	-.**	DiD

**Note:** (+) Positive (-) Negative (\*) Significance Level (\*\*\*)  $p < 0.01$ , (\*\*)  $p < 0.05$ , (\*)  $p < 0.1$

## 5. CONCLUSION

In this study, we examine the effect of the global financial crisis of 2008 on the securities portfolio of both public and private deposit banks in Turkey. We specifically analyze whether or not the bank ownership type matters regarding the effect of the crisis on the ratio of financial assets to total assets. Therefore, the focal point of this study is whether or not securities to assets ratio of public deposit banks significantly change as opposed to private rivals (during and) after the global financial crisis for the sample of all public and private deposit banks operating in Turkey between 2005 and 2015 on a quarterly basis. In other words, the existence of a significant change in differences between public and private deposit banks' ratio of financial assets to total assets after the global financial crisis is analyzed in an effort to determine if public deposit banks behaved in a counter-cyclical manner (by lending more and holding less financial assets) in the face of the crisis.

Previous studies about the impact of the global financial crisis indicate that both public and private banks -on average- prefer to be liquid and to limit lending. However, literature also shows that public banks behave differently than private banks in that they lend more instead of holding more liquid assets plus financial assets during and after the global financial crisis. In other words, state-run banks are found to lend more instead of holding more liquid assets and securities when compared to private rivals. This very fact is in line with public banks' counter-cyclical behaviors.

As regards Turkish deposit banking sector, according to the data analyses conducted here, it is concluded that -on average- public deposit banks hold fewer securities (in comparison to their total assets) than private counterparts after the global financial crisis of 2008. The results are in line with the lending figures in Turkey where the public deposit banks lend more than private ones during and after the global financial crisis. In view of the specific characteristics and structures of state banks, their major aim is not just making more profit, rather they operate for the purpose of supporting lending in order to get rid of the negative

effects of the crisis on an aggregate economy. This becomes available only if public banks hold less financial assets (i.e., a significant decrease in the ratio of financial assets to total assets) than private banks.

## REFERENCES

- Adams-Kane, J., Caballero, J., and Lim J. (2014). Foreign Bank Behavior during Financial Crises. *Inter-American Development Bank Working Paper Series*, No. IDB-WP-512.
- Aglietta, M. (2000). Shareholder value and corporate governance: some tricky questions. *Economy and Society*, 29(1), 146-159.
- Albertini, J. M., Pecherand, M. and Poujet, M. (1990). *Ekonomik Sistemler: Uygulamada Kapitalizm ve Sosyalizm*. Uludağ University Consolidation Foundation No. 48, U.U FEAB The Economics of Business Administration and Accounting Research and Application Center Publication No. 49, Translated by Prof. Dr. Cafer Unay, Uludağ: Uludağ University Press.
- Albo, G., Gindin, S. and Panitch, L. (2010). *In and Out of Crisis: The Global Financial Meltdown and Left Alternatives*. Oakland: Spectre PM Press.
- Alper, K., Binici, M., Demiralp, S., Kara, H., and Ozlu, P. (2016). "Reserve Requirements, Liquidity Risk, and Bank Lending Behavior". *Koç University-TUSIAD Economic Research Forum Working Paper*, No. 1612.
- Arrighi, G. [1994] (2010). *The Long Twentieth Century: Money, Power, and the Origins of Our Times*. London, New York: Verso.
- Beaud, M. (2015). *Kapitalizmin Tarihi 1950-2010*. Translated by Fikret Başkaya, Istanbul: Yordam Book.
- Boyer, R. (2000). "Is a Finance-led growth regime a viable alternative to Fordism? A preliminary analysis". *Economy and Society*, 29(1), 111-145.
- Crotty, J. (2005). The Neoliberal Paradox: The Impact of Destructive Product Market Competition and 'Modern' Financial Markets on Nonfinancial Corporation Performance in the Neoliberal Era. *Financialization and the World Economy*, in Gerald Epstein (ed.), 77-110, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Dore, R. (2002). "Stock Market Capitalism and its Diffusion". *New Political Economy*, 7(1), 115-121.
- Dos Santos, P. (2009). "At the Heart of the Matter: Household Debt in Contemporary Banking and the International Crisis". *Research on Money and Finance*, Discussion Paper Series, No: 11.
- Driscoll, J. C. and Kraay, A. C. (1998). "Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data". *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Dumenil, G. and Lévy, D. (2004a). "The Real and Financial Components of Profitability (United States, 1952-2000)". *Review of Radical Political Economics*, 36(1), 82-110.
- Dumenil, G. and Lévy, D. (2004b). *Capital Resurgent: Roots of the Neoliberal Revolution*. Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press.
- Dumenil, G. and Lévy, D. (2011). *The Crisis of Neoliberalism*. Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press.

- Epstein, G. (2005b). *Financialization and the World Economy*. Gerald Epstein (ed.), Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Ergüneş, N. (2009). “Global Integration of the Turkish Economy in the Era of Financialisation”. *Research on Money and Finance*, Discussion Paper Series, No: 8.
- Ertürk, I. and Solari, S. (2007). “Banks as Continuous Reinvention”. *New Political Economy*, 12(3), 369-388.
- European Central Bank. (2011). “The Supply of Money-Bank Behaviour and the Implications for Monetary Analysis”. *Monthly Bulletin*, 63-79, October.
- Foster, J. B. (2010). “The Financialization of Accumulation”. *Monthly Review*, 62(5), October.
- Freixas, X., and Rochet, J. C. (2008). *Microeconomics of Banking*. Cambridge: The MIT Press.
- Froud, J. H., Haslam, C., Johal, S. and Williams, F. (2001). “Financialisation and the Coupon Pool”. *Gestao ve Producao*, 8(3), 271-288.
- Glyn, A. (2006). *Capitalism Unleashed: Finance Globalization and Welfare*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Gropp, R., Gruendl, C., and Guettler, A. (2014). “The impact of public guarantees on bank risk-taking: Evidence from a natural experiment”. *Review of Finance*, 18(2), 457-488.
- Güngen, A. R. (2010). “Finansallaşma: Sorunlu bir Kavram ve Verimli bir Araştırma Gündemi”. *Praksis*, 20, 85-108.
- Heilbroner, R. and Milberg, W. (1998). *The Making of Economic Society*. 10<sup>th</sup> edition, New Jersey, Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- Husson, M. (2010). *Marksist İktisat Teorisi: Çağdaş Kapitalizm ve Kriz*. 1<sup>st</sup> edition, Istanbul: Yazın Publishing.
- Karaçimen, E. (2015). *Türkiye’de Finansallaşma: Borç Kıskaçında Emek*. 1<sup>st</sup> edition, Istanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı Publishing.
- Kindleberger, C. P., and Aliber R. Z. (2013). *Manias, Panics and Crashes: A History of Financial Crisis*. London: Palgrave Macmillan.
- Kok, D. and Ay, O.E. (2013). “2008 Küresel Finansal Krizinin Türk Bankacılık Sektörü Etkinlik Düzeylerine Yansımaları Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası İktisadi İdari İncelemeler Dergisi*, 10, 155-170.
- Kotz, D. M. (2008). *Neoliberalism and Financialization*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Kozanoğlu, H. (2011). Finansallaşma ve Türkiye. *Uç(ur)amayan Balon*, in Hayri Kozanoğlu (ed.), 1<sup>st</sup> edition, 11-59, Istanbul: Ayrıntı Publishers.
- Krippner, G. R. (2004). “What Is Financialization?”. *mimeo*, Department of Sociology, UCLA.
- Krippner, G. R. (2005). “The financialization of the American economy”. *Socio-Economic Review*, 3(2), 173-208.
- Krippner, G. R. (2011). *Capitalizing on Crisis: The Political Origins of the Rise of Finance*. Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press.

- Langley, P. (2008). *The Everyday Life of Global Finance: Saving and Borrowing in Anglo-America*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Lapavitsas, C. (2009a). "Financialised Capitalism: Crisis and Financial Expropriation". *Historical Materialism*, 17(2), 114-148.
- Lapavitsas, C. (2009b). "Financialisation, or the Search for Profits in the Sphere of Circulation". *Research on Money and Finance*, Discussion Papers No: 10.
- Lapavitsas C. (2010a). "Banks for the People". *Redpepper*, Issue: 170, February/March.
- Lapavitsas, C. (2010b). "Financialisation and Capitalist Accumulation: Structural Accounts of the Crisis of 2007-9". *Research on Money and Finance*, Discussion Papers No: 16.
- Marois, T., and Güngen A.R. (2014). "Türkiye'nin devlet bankalarını geri kazanmak". *Iktisat Dergisi*, 527, 54-70.
- Marois, T. and Güngen, A. R. (2016). "Credibility and class in the evolution of public banks: The case of Turkey". *Journal of Peasant Studies*, 43(6), 1285-1309.
- Martin, R. (2002). *Financialization of Daily Life*. Philadelphia: Temple University Press.
- Mihaljek, D. (2010). "Domestic bank intermediation in emerging market economies during the crisis: Locally owned versus foreign-owned banks". *BIS Papers*, 54, 31-48.
- Milios, J. and Sotiropoulos D. P. (2009). Financialization: Market Discipline or Capital Discipline? *Rethinking Imperialism: A Study of Capitalist Rule*, in John Milios and Dimitris P. Sotiropoulos (eds.), London: Palgrave Macmillan.
- Orhangazi, Ö. (2007). "Financialization and Capital Accumulation in the Non-Financial Corporate Sector: A Theoretical and Empirical Investigation of the U.S. Economy: 1973-2003". *Political Economy Research Institute*, Working Paper Series No: 149, University of Massachusetts, Amherst.
- Orhangazi, Ö. (2008). *Financialization and the US Economy*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Paincheira, J. P. (2009). "Finansallaşma Çağında Gelişmekte Olan Ülkeler: Açık Birikiminden Rezerv Birikimine". Translated by Sabriye Biçen, *Maliye ve Finans Yazıları*, 1(82).
- Sanya, O.S. and Mlachila, M. (2010). "Post Crisis Bank Behavior: Lessons from Mercosur". *International Monetary Fund Working Paper*, WP/10/1.
- Stockhammer, E. (2004). "Financialisation and the slowdown of accumulation". *Cambridge Journal of Economics*, 28(5), 719-741.
- Sweezy, P. M. (1991). "Monopoly Capital After Twenty-Five Years". *Monthly Review*, 43(7), December.
- Sweezy, P. M. (1997). "More (or less) on Globalization". *Monthly Review*, 49(4), September.
- Sweezy, P. M. and Magdoff, H. (1972). *Economic History as it Happened, Volume 1 (The Dynamics of U.S. Capitalism: Corporate Structure, Inflation, Credit, Gold, and the Dollar)*. London, New York: Monthly Review Press.

Wade, H. R. (2005). "The March of Neoliberalism and What to Do About It". draft paper for plenary talk at conference *Beyond 'Deregulation': Finance in the 21st Century*, University of Sussex, 26-28 May.

Yüksel, A. S., Yüksel A., and Yüksel Ü. (2004). *Bankacılık Hukuku ve İşletmesi*. Istanbul: Beta Publishing.

**Citation:** Tufan C. & Uğurlu Ö.Y. (2019), Otantik Liderlik Ve Örgütsel Sapma Davranışı Arasındaki İlişkide Örgütsel Öğrenme Kültürünün Aracılık Etkisi: Türkiye İlaç Sektöründe Bir Araştırma, BMMJ, (2019), 7(1): 467-495 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1084>

## OTANTİK LİDERLİK VE ÖRGÜTSEL SAPMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÖRGÜTSEL ÖĞRENME KÜLTÜRÜNÜN ARACILIK ETKİSİ: TÜRKİYE İLAÇ SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Cenk TUFAN<sup>1</sup>

Özlem Yaşar UĞURLU<sup>2</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 08/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 14/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

Günümüzde örgütler, küreselleşmenin yanı sıra sosyal, politik ve teknolojik alandaki yeniliklerle beraber yoğun bir baskı altına girmektedir. Gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde sıkça karşılaşılan bir endişe kaynağı olan örgütsel sapma davranışları da bu duruma eklendiğinde lider konumundaki kişilerin yükü daha da artmaktadır. Bu sebeple de etkili bir liderlik uygulamasının ne şekilde yapılması gerektiği hususu, konu ile ilgili tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Otantik liderlik, umut, dayanıklılık, sabır, iyimserlik, refah ve bu tutumların örgütlere uygulanabilirliği gibi olumlu düşüncelere odaklanan popüler liderlik tarzlarından biridir. Örgütsel öğrenme kültürü ise çalışanları standart etik kurallara uymaya ve örgütün çıkarları için çaba sarfetmeye yönlendirmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide örgütsel öğrenme kültürünün aracılık etkisini araştırmaktır. Bu bağlamda, Türkiye’de ISO 500’de yer alan ilaç sektöründe faaliyet gösteren 6 işletmenin beyaz yakalı çalışanlarından 212 kişiden elde edilen verilerle, örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide aracı etkisinin olup olmadığı hiyerarşik regresyon analizi ile bulunan aracılık etkisinin anlamlı olup olmadığı Sobel Testi ile belirlenmiştir. Sonuçta, otantik liderliğin örgütsel öğrenme kültürü ile pozitif yönde anlamlı ilişkili olduğu, örgütsel öğrenme kültürünün örgütsel sapma davranışı üzerinde negatif yönde bir etkiye sahip olduğu ve örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide tam aracılık etkisi olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Otantik Liderlik Davranışı, Örgütsel Öğrenme Kültürü, Örgütsel Sapma Davranışı

**JEL Kodları:** D83, M20, L29

<sup>1</sup> Dr., Ticaret Bakanlığı, [tufancenk1@gmail.com](mailto:tufancenk1@gmail.com)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, [yasar@gantep.edu.tr](mailto:yasar@gantep.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-2809-3996>

<http://orcid.org/0000-0001-5165-5603>



**THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL LEARNING CULTURE ON  
THE RELATIONSHIP BETWEEN AUTHENTIC LEADERSHIP AND  
ORGANIZATIONAL DEVIATION BEHAVIOR: A RESEARCH IN TURKEY  
PHARMACEUTICAL SECTOR**

**ABSTRACT**

Nowadays, organizations are under oppressive pressure together with innovations in social, political and technological fields besides globalization. Deviant workplace behaviours, which are often a source of concern in developing or less developed countries, are also added to this situation, the burden of leaders is increasing. For this reason, the way in which effective leadership practice should be done is at the center of the discussions about the subject Authentic leadership is one of the popular leadership styles that focus on positive thinking, such as hope, endurance, patience, optimism, prosperity, and the applicability of these attitudes to organizations. Organizational learning culture guides employees to comply with standard ethical rules and to make efforts for the organization's interests.

The aim of this study is to examine the mediating effect of organizational learning culture on the relationship between authentic leadership and organizational deviation behavior. In this context, a survey was conducted to the white-collar employees of 6 firms operating in the pharmaceutical sector in Turkey and listed in ICI 500. A total of 212 questionnaires were obtained. Research hypotheses were tested by regression analysis. As a result, it has been found that organizational learning culture has a full mediating effect on the relationship between authentic leadership and organizational deviation behavior.

**Keywords:** Authentic Leadership Behavior, Organizational Learning Culture, Organizational Deviation Behavior

**JEL Codes:** D83, M20, L29

## 1. GİRİŞ

Günümüzün dinamik ve değişken iş çevresi işletmeler için birçok yeni ve beklenmedik zorluğu da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle varlığını başarılı bir biçimde devam ettirmek isteyen işletmelerin özellikle hız, inovasyon ve müşteri taleplerine anında cevap verebilme gibi yeteneklerini geliştirmeye odaklanmaları gerekmektedir. Bu yetenekleri geliştirmek için etkili ve etkin yönetim tarzının varlığı ile birlikte öğrenme odaklı bir kültüre sahip olmak ve liderlik becerilerini kullanarak insan kaynaklarından verimli bir şekilde faydalanmak öne çıkan etmenler olarak değerlendirilebilir.

Günümüzde örgütsel öğrenme, stratejik yönetimin kapsamı içinde sayılıp bir rekabet faktörü olarak açıklanmaktadır (Noruzy, Dalfard, Azhdari, Nazari ve Rezazadeh, 2013). Hızla değişen, dinamik ortamlarda örgütsel öğrenme, performansı artırarak rekabet avantajı sağlamaya yardımcı olmaktadır (Yeo, 2005). Örgütsel öğrenmeyi destekleyen bir kültür, elde edilen bilgiyi kendi içinde dönüştürerek inovasyondan örgütsel uyuma kadar birçok fayda sağlamaktadır. Öğrenme zihinsel, ruhsal ve fiziksel enerjilerin etkileşimini içerdiğinden, öğrenme çıktıları sadece yeni bilgilerle sınırlı olmayıp bireysel düzeyde yeni zihinsel, ruhsal, duygusal ve davranışsal yapıları da içermektedir. Öğrenme, bireyi birçok yönden dönüştürmektedir (Nonaka, Toyama, Hirata ve Ebrary, 2008). Örgütsel düzeyde öğrenme ise, örgütsel ve sosyal yapıları biçimlendirmektedir (McGill, ve Slocum, 1992).

Literatürde yapılmış bazı çalışmalar öğrenme kültürünün finansal sonuçların ve çalışanların işe karşı tutumlarının iyileştirilmesine yol açtığını göstermiştir (Egan, Yang ve Barlett, 2004; Kontoghiorghes, Awbre ve Feurig, 2005). Mevcut çalışmalardan bazıları örgütsel öğrenme kültürünün iş doyumu ve örgütsel bağlılıkla ilgili çalışan tutumlarını değiştirmedeki rolünü incelemesine rağmen (Egan, Yang ve Barlett, 2004; Wang, 2007), örgütsel öğrenme kültürünün örgüt içindeki sapma davranışları nasıl etkilediği hakkında çok az bilgi vermektedir (Avcı, 2008; Biron, 2010; Kimemia, 2013).

Örgütsel sapma, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde bulunan işletmelerin sıkça karşılaştığı endişe kaynaklarından biridir. Bu durum, ülkelerin ekonomilerine yıllık milyarlarca dolara mal olmakta ve son yıllarda yukarı yöne doğru bir ivme kazanmaktadır. Buna ek olarak, maliyetler gibi çeşitli değişkenler üzerinde her zaman tahmin edilemeyecek çeşitli olumsuz etkilerle de ilişkilidir. Örneğin, çalışanlardan kaynaklanan en önemli maliyet kaybının sadece stoklardaki fiziksel kayıp olmadığı; iş yerinde boşa vakit harcama ya da üretim hırsızlığı olarak da bilinen zaman hırsızlığının günümüzde hemen her işyerinde etkili

olduğu bildirilmektedir (Martin, Brock, Buckley, ve Ketchen, 2010). Örgütsel sapmanın neden olduğu yaygın olumsuzluklar arasında; verimlilikteki düşüş, kötüleşen çalışma ortamı, işletmenin itibarının zedelenmesi, fire oranlarının yükselmesi, çalışan motivasyonundaki ve bağlılığındaki azalma gibi unsurlar sayılabilir (Bowling ve Gruys, 2010).

Schneider (1975) ile Robinson ve arkadaşlarına (1998) göre, bir çalışan herhangi bir örgütün parçası olduğunda, öncelikle çalışma ortamını bilinçli olarak izler ve o çevrede kalmaya çalışır. Eğer bir organizasyonda yerleşmiş bir öğrenme kültürü varsa, o zaman örgütün verimliliği üzerinde olumlu bir etki gösterir. Çalışanlarına öğrenme uygulamaları yapmayan bir örgüt, işyerinde sapma davranışı ve yolsuzluk gibi etik olmayan uygulamaların ortaya çıkmasına açık hale gelir. Sapma davranışı ise örgütler için zorlayıcı bir konu olduğundan, örgütlerin kendi yapıları içinde böylesi bir durumun ortaya çıkmasından kaçınması için bazı adımlar atması gerekmektedir (Biron, 2010).

Yönetim araştırmacıları son zamanlarda, örgüte ait bir öğrenme kültürünün oluşturulmasında liderin rolünün altını çizmektedir (Berson, Da'as ve Waldman, 2015). Word (2012), insani değerleri örgütsel hedeflerle bütünleştirmenin ve hizalamanın çalışanların işleriyle daha fazla ilgilenmelerini sağladığını ileri sürmektedir. Örgütsel öğrenme ve dönüşüm bir liderin olumlu davranışlarından etkilenmektedir (Fredrickson, 2001: 224). Literatürde liderlik tarzlarının örgütsel öğrenme üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu gösteren çalışmalarda, dönüşümcü liderlik tarzının bilgi yaratmayı desteklediği ve bunun da örgütsel öğrenmenin gelişimine yol açtığı vurgulanmıştır (Zagoršek vd.2009; Dalfard vd.2013). Glessner (2016')'in ABD'de bir ordu birliği üzerinde yaptığı çalışma, hizmetkar liderlik tarzı ile örgütsel öğrenme arasında pozitif yönlü bir korelasyon olduğunu göstermiştir. Sallıtepe (2017) ise bankacılık ve sigorta sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerine yaptığı çalışmada otantik liderlik ile örgütsel öğrenme kültürü arasında pozitif yönde anlamlı korelasyon bulmuştur.

Otantik liderlik, umut, dayanıklılık, sabır, iyimserlik, refah ve bu tutumların örgütlere uygulanabilirliği gibi olumlu düşüncelere odaklanan çağdaş liderlik tarzlarından biridir (Erkutlu ve Chafra, 2013). Yapılan araştırmalarda, otantik liderliğin işe bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve performans gibi çalışan tutumlarını ve davranışlarını olumlu yönde etkileyebileceği öne sürülmüştür (George, 2003; Avolio, Gardner, Walumbwa, Luthans ve May, 2004; Ilies, Morgeson ve Nahrgang, 2005). Otantik liderlik üzerine önemli sezgisel ve teorik destek olmasına rağmen bugüne kadar otantik liderlerin, çalışanlarının etkili davranışları üzerindeki rollerini gösteren mekanizmaları daha iyi anlatacak pek fazla ampirik

araştırma yapılmamıştır. Bununla beraber, otantik liderlikte süreç değişkenleri ve ölçekler ile süreçleri ampirik olarak test etmeye ve teorik olarak değerlendirmeye ihtiyaç bulunmaktadır. (Walumbwa, Luthans, Avey ve Oke, 2011).

Bu araştırmanın yapılmasının ardındaki temel gerekçe, otantik liderlik, örgütsel öğrenme kültürü ve örgütsel sapma davranışı arasında bir ilişki olup olmadığını incelemek, örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkiyi aracı bir etkisinin bulunup bulunmadığını saptamaktır. Bu amaçla İSO 500’de yer alan, Türkiye’de ilaç sektöründe faaliyet gösteren 6 işletmenin beyaz yakalı çalışanlarına anket uygulanmıştır.

Son zamanlarda yıllık 20 milyar TL’yi geçen satış büyüklüğü göz önüne alındığında, dünya ilaç pazarında 16. sırada yer alan Türkiye ilaç endüstrisi belirgin bir gelişme sergilemektedir. Küresel ilaç sektöründe 2015-2020 döneminde Ar-Ge’ye yapılacak harcamaların 900 milyar dolar düzeyinde olacağı beklenmektedir. 24 yetkilendirilmiş Ar-Ge merkezi, 1053 Ar-Ge çalışanı, 596’ sını bitirilmiş ve 571’i süreç aşamasındaki çalışması ile Türk İlaç Sektörü yenilik geliştirmede çok önemli bir konuma haizdir. Ayrıca Türk İlaç Sektörünün hali hazırda 126 patent müracaatı ile onayı alınmış 9 adet patenti bulunmaktadır. Bu sektörde istihdam edilen çalışan rakamı 2010 yılında 31.000 düzeyinde iken, bu rakam iki basamaklı büyüme oranlarına uyum göstererek 2016 yılından itibaren artış göstermiş ve 34.000 düzeyine yaklaşmıştır (KPMG, 2018). İlaç sektörünün ihracat düzeyini artırması, istenen ve hedeflenen bir durumdur. Bunun gerçekleşebilmesi için nitelikli insan kaynaklarına, verimli ve etkili yönetilen işletmelere ihtiyaç vardır. Bu bağlamda incelenen sektör çerçevesinde, bu araştırmanın sonuçlarının ele aldığı değişkenler ve bu değişkenlerin inovasyon ve verimlilik düzeylerine olası etkileri bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. Otantik Liderlik ve Örgütsel Sapma Davranışı**

Otantik liderlik, son zamanlarda hem teorik hem de uygulama açısından, etik ve dönüşümcü liderlik çalışmalarını tamamlayan bir ilgi alanı olarak ortaya çıkmıştır (Avolio, Gardner, Walumbwa, Luthans ve May, 2004; Ilies, Morgeson ve Nahrgang, 2005; Gardner, Avolio, Luthans, May ve Walumbwa, 2005; George, Sims, McLean, ve Mayer, 2007). Avolio, Gardner, Walumbwa, Luthans ve May (2004), otantik liderliği inandıkları gibi hareket ederek, diğerleriyle açık ve şeffaf bir biçimde etkileşimde bulunan kişiler olarak

karakterize etmektedir. Otantik liderlik, liderlerin ve takipçilerinin öz farkındalık kazandıkları ve başkalarıyla açık, şeffaf, güvenilir ve gerçek ilişkiler kurduğu süreçleri içermektedir. Daha detaylı bir tanım yapılacak olursa otantik liderlik, kendi davranış ve düşünceleri ile başkalarının nasıl algılandıklarının, kendisinin ve diğerlerinin bilgilerinin, ahlaki değerlerinin, güçlü ve zayıf yönlerinin farkında olan, çalıştıkları örgütsel iklimi bilen, geleceğe dair umudu olan, kendine güvenen, iyimser, esnek ve yüksek ahlak sahibi bireyler şeklinde tanımlanabilir (Kernis, 2003:20).

Otantik liderler, karar verme sürecinde verilere dayanmaktan ziyade duygulara dayalı olarak karar vermeye meyilli kişilerdir (Walumbwa, Luthans, Avey, ve Oke 2011). Otantik liderler özünde, eylemleri, davranışları, kendi içselleştirilmiş değerleri ve inançları ile uyumlu olan kişilerdir. Otantik liderlik geleceğe yönelim, iyimserlik, bütünlük ve ahlaki yaratıcılık ile ilişkilendirilir (Shamir ve Eilam, 2005; Kellett, Humphrey ve Sleeth, 2006; Verbos Gerard, Forshey, Harding ve Miller 2007). Pozitif psikoloji açısından otantik liderler düşüncelerinin, duygularının, tercihlerinin ve kendilerinin farkında olup bunu davranışlarında sergileyen kişilerdir (Gardner, Cogliser, Davis ve Dickens, 2011).

Otantik liderlik, ulusal ve uluslararası yazında, umut, güven, pozitif duygular, iyimserlik (Avolio vd.,2004); öz-farkındalık (Walumbwa vd., 2011; Gardner vd., 2005; Yaşbay, 2011); tarafsızlık, otantik davranışlar, ilişkisel şeffaflık (Ilies vd., 2005; Gardner vd., 2005; Walumbwa vd., 2011); öz-farkındalık, değerler, duygular, amaçlar, kendini düzenleme, karar almada bilginin dengeli değerlendirilmesi ve içselleştirilmiş ahlaki bakış açısı (Gardner vd., 2005; Yaşbay, 2011; Walumbwa vd., 2011) gibi boyutlarla incelenmiştir.

Günümüzde işyerinde sapma davranışları örgütler için önemli bir endişe kaynağı haline geldiğinden artan bir şekilde araştırmacıların dikkatini çekmeye başlamıştır (Bennett ve Robinson, 2003). Yapılan birçok çalışma, sapma davranışlarının örgütlere sadece finansal manada tesir etmediğini yanı sıra psikolojik ve sosyal manada da tesir ettiğini kanıtlamıştır (Hollinger ve Clark, 1982; Hollinger ve Clark, 1983; Murphy, 1993). Bu nedenle, sapma davranışlarının sıklığı ve bununla ilişkili örgütsel maliyetler, bu konu üzerine spesifik, sistematik, teorik odaklı bir çalışma programı yapılmasını gerektirmektedir (Fagbohunge, Akinbode ve Ayodeji, 2012).

Örgütsel sapma davranışları, örgütün genel kuralları ile örtüşmeyen, örgütün çalışma iklimini tehdit eden ve kasıtlı olarak yapılan davranışlardır (Robinson ve Bennett, 1995). Diğer bir tabirle bir örgütün politikaları, gelenekleri ve iç düzenleyicileri, bir kişi ya da grupça

örgüte ya da üyelerine zarar verecek şekilde ihlal ediliyorsa bu davranış örgütsel sapma davranışı olarak tanımlanabilir (Kızıldağ, 2018: 293). Bu tür bir sapma davranış tarzında, çalışanların sosyal çevrenin normatif beklentilerine uyma konusunda motivasyon eksikliği yaşadıklarına ve/veya bu beklentilere aykırı biçimde hareket etmeye motive olma hususunda gönüllü davranış gösterdiklerine inanılmaktadır (Bennett ve Robinson, 2000).

Örgüt içindeki lider, öğrenme ve adaleti teşvik ettiğinde, çalışanlara adil bir şekilde davranıldığı hissini verir. Bu algı çalışanların, kendileri ve organizasyonları için yararlı olabilecek yeteneklerini ve becerilerini geliştirmek için gerekli duygularını tetikler (Cullinan, Bline, Farrar ve Lowe, 2008). Örgütsel sapma davranışı, organizasyonlarda duyguları harekete geçiren duruma verilen bir cevap olduğundan (Spector ve Fox, 2005), örgütsel sapma davranışlarının olumsuz bir tutuma karşılık verilen bir tepki olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, çalıştığı işten tatmin olmayan çalışanlar, çalıştığı işten tatmin olan çalışanlara kıyasla sapma davranış gösterme konusunda daha fazla motive olabilirler (Giallonardo, Wong ve Iwasiw, 2010). Kavramsal bir bakış açısıyla, liderlerinden memnun olmayan çalışanların işlerine daha az çaba harcaması veya örgütlerine yönelik zarar verici tarzda hareket etmeleri muhtemeldir. Benzer şekilde, liderlerini olumsuz olarak değerlendiren çalışanların örgütsel sapma davranışlarına katılma olasılıkları da daha yüksektir. Otantik liderlik, çalışanları örgütlerine bağlılık gösterecek davranışlarda bulunmaya ya da güçlü pozitif ilişkiler kurmaya teşvik eder (Hershcovis, Turner, Barling, Arnold, Dupre, Inness, LeBlanc ve Sivanathan 2007). Bu da ortaya çıkabilecek örgütsel sapma davranışlarının çok düşük seviyelerde kalmasını sağlar. Bu bağlamda araştırmanın birinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H<sub>1</sub>: Otantik liderliğin, örgütsel sapma davranışı üzerinde negatif yönde etkisi vardır.*

## **2.2. Otantik Liderlik ve Örgütsel Öğrenme Kültürü**

Örgütsel öğrenme, örgütsel süreçlerle ilgili olarak özellikle çalışanların deneyimlerini ve eylemlerini gerekli kılan, bir örgüt içindeki öğrenme ve değişiklikleri vurgulamaktadır (Nevis, Dibella ve Gould, 1995; Aggestam, 2006). Bir örgütün öğrenme kültürü, çalışanları arasında yeni fikirlerin yaratılmasını, yayılmasını ve içselleştirilmesini destekleyip, işletmelerin yeni fikir ve bilgi arayış çabalarını kolaylaştırarak aynı zamanda çalışanların gelişimini de desteklemektedir (Lee ve Choi, 2003).

Bazı çalışmalar, çalışanlarını bilgi edinme ve oluşturma konusunda güçlendirerek, bilgi paylaşımına elverişli, aynı zamanda bilgi kaynaklarının daha etkili bir şekilde kullanılmasını sağlayan bir ortam oluşturan liderlerin (Pan ve Scarbrough, 1999; Rijal, 2016),

dolayısıyla yenilikçi faaliyetleri ve finansal performansı artıran bir organizasyon kültürü de sağladığını göstermiştir (Mazur ve Zaborek, 2016).

Otantik liderler örgüt içinde öğrenmeyi güçlendirerek, örgütün zorluklara karşı uyum sağlamasını ve öğrenmesini kolaylaştırmaktadır (Garvin, Edmondson ve Gino, 2008). Buradan hareketle otantik liderlerin, bireyler ve takımlar tarafından öğrenilenleri örgütün bilgi ve deneyim deposuna aktarabilecek mekanizmalar geliştirerek aynı zamanda öğrenmeyi teşvik eden bir örgüt kültürünü desteklediği söylenebilir (Avolio, Gardner, Walumbwa, Luthans ve May, 2004).

Gardner, Avolio, Luthans, May ve Walumbwa (2005), bir örgütün bütün üyelerinin öğrenebilmesini sağlayan bilgiye, kaynaklara, desteğe ve fırsatlara açık erişim sağlayan bir örgüt kültürü yaratabilen ve sürdürebilen otantik liderler olmadan o örgütte, örgütsel düzeyde bir öğrenmenin gerçekleşmeyeceğini iddia eder. Daha ayrıntılı olarak, otantik liderler bireyler arası ilişkilerde şeffaflığı teşvik ederek, enformasyon ve bilginin özgür bir şekilde değişiminin yapılabileceği bir ortam sağlar (Luthans ve Avolio 2003; May, Chan, Hodges ve Avolio, 2003, Gardner vd., 2005). Bu sayede de örgüt içinde karşılıklı işbirliği, ekip çalışması ve etkili bir öğrenme ortamı oluşur (Gardner vd., 2005; Walumbwa vd., 2008). Otantik liderler çalışanlarını aktif olarak sorgulamaya teşvik edip onları dinlediklerinde örgüt içinde bir diyalog ve müzakere ortamı yaratılır. Bu sayede de çalışanlar öğrenmek için teşvik edildiklerini hissederler. Liderler kendi davranışlarına alternatif bakış açılarını değerlendirmeye istekli olduklarını gösterdiklerinde ise çalışanlar yeni fikir ve seçenekler sunmaya teşvik edilirler (Garvin vd., 2008). Davranışsal olarak otantik liderler ile birlikte görev yapan çalışanlar, sadece standart görevlerine odaklanmayıp aynı zamanda değişimlere açık olup, kişisel inisiyatif alma ve öğrenme için daha fazla çaba harcamaktadır. Bu da, bir örgütün öğrenmeye yönelik tutumunu etkili bir şekilde desteklemektedir (Milić, Nešić, Kuzmanović ve Delić, 2017). Bu bağlamda araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H<sub>2</sub>: Otantik liderlik, örgütsel öğrenme kültürünün oluşumuna pozitif yönde etki etmektedir.*

### **2.3. Örgütsel Öğrenme Kültürü ve Örgütsel Sapma Davranışı**

Günümüzde yaşanan zorlu rekabet, ani pazar dönüşümleri ile sonuçlanan karmaşık ve belirsiz bir iş ortamına yol açmaktadır. Başarılı şirketlerin bile birçoğu bu hızlı değişimlere ayak uyduramamaktadır (Erdirençelebi, 2012: 49). Bir örgütün sahip olacağı örgütsel öğrenme kültürü, sürekli değişen bu iş ortamında rekabet yaratmak için önemli bir avantaj

olabilir. Bontis ve arkadaşları (2002) bu durumun örgütler için “öğren ya da öl” savaşı anlamına geldiğini ifade etmiştir. Örgütsel öğrenme, değişen koşullara uyum sağlamayı kolaylaştıran ve örgütün hayatta kalma şansını artıran önemli süreçlerden biridir. Ayrıca, örgütün problem çözme kapasitesini arttırmak için yeni bilgilerin edinimi, yorumlanması, saklanması ve uygulanması olarak tanımlanabilmektedir (Schwandt ve Marquardt, 2000). Örgütsel öğrenme, Argyris ve Schön (1996:16) tarafından ise hataların tespit edilmesi ve düzeltilmesi süreci olarak tanımlanmıştır. Nonaka (1991: 97) örgütsel öğrenmenin bir faaliyet olmadığını ancak bir “davranış şekli” olduğunu iddia etmiştir. McGill ve Slocum, (1992: 5) ise, bir örgütün deneyimlerinden yola çıkarak olaylar üzerine bakış açısı kazanma becerisi ile yapılan hataları göz önüne alarak başarıları değerlendirme arzusu şeklinde bir tanım yapmıştır. Örgütsel öğrenme bu tanıma göre, örgütlerin öğrenme deneyim ve yeteneklerini geliştirme süreci şeklinde ifade edilebilir (Altan, 2018:258). Örgütsel öğrenme, bir organizasyondaki bireysel öğrencilerin topladığı bilgilerin toplamından daha fazlasıdır. Genellikle çalışanların eğitimi veya gelişiminin bir parçası olarak kavramsallaştırılmış olsa da, örgütsel öğrenme, öğrenmenin daha yüksek bir seviyede yani örgütsel düzeyde uygulanmasıdır (Popper ve Lipshitz, 2000).

Literatürde, örgütsel öğrenmenin büyük ölçüde örgüt kültüründen etkilendiği görülmektedir (Ellis, Caridi, Lipshitz ve Popper, 1999; Lipshitz, Popper, ve Friedman, 2002). Schein (2004) örgüt kültürünü, bir grubun içsel bütünlük ve dışsal uyum sorunlarını çözebilen ve bundan dolayı da yeni üyeler tarafından doğru olduğu kabul edilen temel varsayımlar şeklinde tanımlamıştır. Bu tanım kültür kavramını, insanların paylaştığı temel varsayımlar olarak açıklamaktadır. Varsayım kalıplarının birbirlerini güçlendirmeye hizmet ettiği ve gruba entegre olduğu için yeni üyelere aktarıldığı inancını yansıtır.

Örgütsel öğrenme kültürü kavramı, örgütsel öğrenmeyle bütünleşen bir örgütsel kültür türüdür. Örgütsel öğrenme kültürü genellikle, sürekli sorgulama yapmanın değeri, rutin olarak yeni bilgileri uygulamaya dâhil etmenin önemi ve öğrenmeye değer veren ve ödüllendiren yöneticilerin istihdamı ile ilgili paylaşılan varsayımlar olarak tanımlanmaktadır (Popper ve Lipshitz 2000). Cook ve Yanow (1993: 368 ) örgütsel bilginin nesnelere, dil ve eylemler gibi kültürel eserler yoluyla iletildiğini ve bir örgütün bu kültürel eserlerin anlamını yeniden yorumlamasıyla, örgütsel öğrenmenin gerçekleştiğini açıklamaktadır. Bates ve Khasawneh'e göre (2005) ise örgütsel öğrenme kültürü, enformasyonun elde edilmesini, öğrenilenin dağıtımını ve paylaşımını, sürekli öğrenmeyi destekleyen ve bunun örgütsel gelişim için uygulanmasını güçlendiren bir fenomendir. Böylece, örgütsel öğrenme kültürü, uyumlu bir



öğrenme ortamına doğru sonsuz bir süreçte ilerleyerek sonsuz ve sürekli bir yapım aşamasındadır (Hsiu, 2009). Bunlara ek olarak, örgütsel öğrenme kültürünün amacı, inovasyona, gelişmiş performans ve sürdürülebilir rekabet gücüne yol açan değerli bir bilgi alışverişidir (Lopez, Peon ve Ordas, 2005).

Örgütsel öğrenme kültürü yazınında yapılmış çalışmalarda; Watkins ve Marsick (1993, 1996), kavrama ait üç düzeyden bahsetmektedir. Bu üç düzey de kendi içinde yedi boyuttan oluşmaktadır. Birincisi, örgütsel öğrenme kültürünün iki boyutundan: sürekli öğrenme ile diyalog ve sorgulamadan oluşan bireysel düzeydir. İkincisi, takım halinde öğrenme ve işbirliğini yansıtan takım veya grup seviyesidir. Üçüncüsü; örgüt içine gömülü sistemler, sistem bağlantıları, güçlendirme ve liderlik sağlamak gibi örgütsel öğrenme kültürünün dört boyutunu yansıtan örgütsel seviyedir. Yang (2003), örgütsel öğrenme kültürünü bireysel ve yapısal olmak üzere iki düzeyde ele almıştır. Çalışmasında bireysel düzey kendi içinde, sürekli öğrenme fırsatları yaratma, diyalogu ve sorgulamayı teşvik etme, takım halinde öğrenme ve işbirliğini teşvik etme ile bütünsel bir vizyon vasıtasıyla çalışanları güçlendirme şeklinde dört boyuttan oluşur. Yapısal düzey ise, örgütü çevresi ile birlikte ele alma, öğrenmeyi gerçekleştirme ve paylaşma sistemini oluşturma, öğrenme yoluyla stratejik liderlik sağlama şeklinde üç boyutta ele alınmıştır. Egan, Yang ve Barlett (2004), örgütsel öğrenme kültürünü; sürekli öğrenme fırsatı oluşturma, araştırma ve diyalogu destekleme, işbirliği ve takım çalışmasını destekleme, öğrenmeyi gerçekleştirme ve paylaşma sistemini oluşturma, çalışanları ortak vizyona yönlendirme, örgütü ve çevresi arasında bağ kurma, öğrenme için stratejik liderlik sağlama şeklinde yedi boyut altında incelemiştir. Junita (2017), sürekli öğrenme fırsatları yaratmak, sorgulamayı ve diyalogu teşvik etmek, işbirliğini ve takım halinde öğrenmeyi teşvik etmek, öğrenmeyi gerçekleştirmek ve paylaşmak için sistemler kurmak, çalışanları güçlendirmek, ortak bir vizyona sahip olmak, örgüt ve çevresi arasında bağ kurma gibi örgütsel öğrenme kültürünü yedi boyut altında ele almıştır.

İş yerindeki sapma davranışlar günümüzde örgütlerde sıkça görülen bir sorundur. Howald, Lortie, Gallagher ve Albert (2018), çalışmalarında örgütlerde görülen sapma davranışlarının nedenlerini; iş stresörleri, örgütsel adalet algıları, sosyal ilişkiler ve çalışan öngörülerini olarak belirtmişlerdir. Sapma davranışların meydana gelmesine izin veren bir örgüt kültürü yapısının bulunması (Hoel ve Salin, 2003), örgüte ait kuralların, değerlerin sapma davranışları kabul veya teşvik etmesi çalışanları bu tür olumsuz davranışlara yönelten diğer sebepler arasında sayılmaktadır (Greenberg, 1990). Örneğin maddi tutarı düşük bir hırsızlık olayını kabul eden veya rüşvet alıp vermeyi meşru hale getiren örgütlerde sapma davranış

gösterilme eğilimi daha fazladır (Oliphant ve Oliphant, 2001). Fagbohunge ve arkadaşları (2012), bu tür davranışların yaşandığı örgütlerde, çalışanların yüzde 33 ila 75'inin iş yeri hırsızlığı, dolandırıcılık, vandalizm ve sabotaj gibi saldırgan davranışlarda bulduklarını ileri sürmüştür. Daha az yaygın, ancak yine de zararlı olan davranışları ise yalan söylemek, dedikodu yapmak, daha az çaba sarf etmek ve işe devamsızlık göstermek şeklinde sıralamıştır. Bu tutumlar örgüt kurallarını ihlal etmekte olduğundan anti-sosyal bir davranış türü olarak kabul edilmektedir (Fagbohunge, Akinbode ve Ayodeji, 2012).

Örgütsel sapma davranışları yazında; farklı araştırmacılar tarafından farklı biçimlerde sınıflandırılmıştır. Robinson ve Bennett tarafından yapılan sınıflandırma (1995), örgütsel sapma davranışlarının bir arada ele alınabilmesi açısından önem taşımaktadır. Robinson ve Bennett(1995)' in çalışmasında, örgüte yönelik sapma ve bireye yönelik/bireylerarası sapma davranışları biçiminde örgütsel sapma iki boyutta incelenir. Örgüte yönelik sapma davranışı, ekipman ve üretim sapması şeklinde alt boyutlardan oluşur. Bireye yönelik/ bireylerarası sapma davranışı boyutu ise kişisel saldırganlık ve politik sapma şeklinde iki alt boyuttan oluşur.

Örgütsel sapma davranışlarının literatürde ayrıca; örgütsel yanlış davranış (Vardi ve Wiener, 1966), uyumsuz davranış (Puffer, 1987), iş yerinde sapma davranışlar (Robinson ve Bennet, 1995), örgütten kaynaklanan saldırgan davranışlar (O'Leary-Kelly, Griffin ve Glew, 1996), işyeri sapması (Robinson ve Greenberg, 1998), anti sosyal davranışlar (Robinson ve O'Leary-Kelly,1998) işlevsiz işyeri davranışları (Griffin ve diğerleri, 1998) şeklinde birkaç farklı isim altında çalışıldığı gözlemlenmektedir.

Günümüzde iş ahlâkına ilişkin ilkeler hazırlayıp bunları yürürlüğe koyan birçok örgüt bulunmaktadır. Fakat örgütlerin yapmış olduğu bu tarz düzenlemeler tek başına örgütsel sapma davranışların ortadan kalkmasına engel olamamakta sadece bu tür davranışların ortaya çıkma sıklığını azaltmaktadır (Demir ve Songür, 1999). Bu sebeple örgütlerde, eğitim programları düzenlenip, yazılı ahlâk kuralları, politikalar ve etik kodlar geliştirilerek çalışanları bir araya getirip ortak bir amaç etrafında toplayacak bir öğrenme kültürünün oluşturulmasına ihtiyaç bulunmaktadır (Svensson ve Wood, 2004: 322).

Spitzeck (2009) çalışmasında ahlaki ve ekonomik perspektifleri örgütsel öğrenme kültürü içerisinde birleştirmeye çalışmaktadır. Bu ahlaki bakış açısı, çalışanları daha üretken davranışlarda bulunmaya ve örgüte karşı olumsuz davranışlarda bulunmaktan kaçınmaya zorlayacaktır. Ahlaki ve sosyal açıdan daha sorumlu davranışlarda bulunan çalışanların örgüte

karşı olumsuz davranışlarını azalttığı gözlemlenmektedir (Kindt, 2008). Örgütsel faaliyetlerin yerine getirilmesi ile görevli çalışanlara örgüt tarafından sürekli bir öğrenme ortamı sağlanmalıdır. Bu sayede, çalışanlar sadece üretkenliklerini arttırmakla kalmayacak ayrıca değerli olduklarının ve örgütün onların öğrenme ve gelişimleri ile ilgilendiğine dair inançları da artacaktır. Sonuç olarak, sorumluluklarını yerine getirmek için inisiyatif alan çalışanların yozlaşmış uygulamalara veya sapma davranışları gösterme ihtimalleri azalacaktır. (Shuck ve Wollard, 2010).

Omar ve arkadaşlarının (2011) Malezya’da kamu sektörü üzerinde uyguladıkları bir araştırmada, stres ve iş memnuniyeti değişkenleri sapma davranışların öncülleri olarak kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, işyerinde görülen sapma davranışlar etik davranışları tehdit etmekte ve bu tehdit edici davranışlar ancak örgüt içerisindeki öğrenme kültürünün teşvik edilmesi ile önlenmektedir. Araştırma da ayrıca, çalışanların belirlenen performans düzeyine ulaşip, gösterdikleri etik davranışları sebebiyle ödüllendirildiklerinde bu durumun örgütsel öğrenmeyi otomatik olarak teşvik ederek sapma davranışları azaltacağı belirtilmiştir. Rafiee ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan bir çalışmada ise, örgüt içerisinde öğrenme ve adalet teşvik edildiğinde ve çalışana adil bir şekilde davranıldığı hissi verildiğinde, çalışanların da yeteneklerini ve becerilerini geliştirmek için daha fazla çaba sarf ettikleri gösterilmiştir. Nihai sonuçlar, bir tarafta örgüt ikliminin diğer tarafta ise çalışanların profesyonel manada başarıya daha düşük ilgi göstermelerinin çalışanları sapma davranışlara çeken başlıca nedenler olduğunu; eğer genel örgütsel sistemde herhangi bir sakınca veya kusur yoksa o zaman iş yerinde sapma davranışının gerçekleşmesi için bir zemin kalmayacağını göstermiştir. Cullinan ve arkadaşlarının (2008) sigortacılık, savunma sanayi ve tüketici ürünleri dâhil çeşitli endüstri dallarından halka açık işletmeler üzerine yapmış oldukları bir çalışmada, örgütsel öğrenme kültürünün, çalışanları standart etik kurallara uymaya ve örgütün çıkarları için çaba sarf etmeye yönlendirdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Camps ve Majocchi (2010)’ nin 166 İspanyol danışmanlık firmasında çalışan 641 işçi üzerinde yaptıkları araştırmada, örgütsel öğrenme kültürüne sahip olmanın, çalışanların performanslarının ve örgütsel bağlılıklarının artmasında büyük önem taşıdığı açıkça gösterilmiştir. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre ise örgütsel bağlılık, örgütsel iklimden memnuniyetin artmasına neden olmakta ve sonuçta yolsuzluk ve işyerindeki sapma davranış riskini azaltmaktadır. Beugre (2010)’ nin çalışmasında, yozlaşmış uygulamalara izin veren bir örgüt kültüründe, örgüte yeni çalışanların katılmasından sonra bile bu uygulamaların devam ettiği görülmüştür. Örgütün yeni üyeleri, örgüt içinde yolsuzluğun hoş karşılandığını fark

ettiğinde, kişisel kazanımları ve faydaları için sapma davranışlarda bulunmaktadır. Kimemia (2013), Nijerya’da örgütsel öğrenmenin kamu sektöründeki örgütsel yolsuzluklar üzerindeki etkisini araştırmıştır. Sonuçlar örgütsel öğrenmenin, çalışanların etik davranışları üzerindeki etkisinin ihmal edilemeyeceğini göstermiştir.

Bu bağlamda araştırmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H<sub>3</sub>: Örgütsel Öğrenme Kültürü, Örgütsel Sapma Davranışını negatif yönde etkilemektedir.*

#### **2.4. Örgütsel Öğrenme Kültürünün Otantik Liderlik ve Örgütsel Sapma Davranışları Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisi**

Günümüz çalışma yaşamında karşılaşılan en önemli sorunların başında çalışanların işleri ve işyerleri ile ilgili yaşadığı memnuniyetsizlikler yer almaktadır. Bu tür memnuniyetsizliklerin başında da liderden ve örgüt kültüründen kaynaklı durumlar gelmektedir. Çalışanlar bu gibi durumlara, örgüte karşı bazı olumsuz davranışlar göstererek cevap vermektedir. Oysaki işletmeye karşı olumlu birtakım algılara sahip olan çalışanların daha verimli ve daha uyumlu olduğu ve daha fazla katılımcı davranış sergilediği araştırmalar sonucunda ortaya konmuştur (Obeng ve Ugboro, 2003: 83).

Çalışanların işletmeye karşı olumlu tutum ve algılarından söz etmek, örgüt üyelerinin birbirlerine karşı gösterdiği sezgisel duyularla beraber çalışanların nasıl daha iyi motive olacağını anlamakla ilişkilidir. Örgütlerde stratejik kararlar alan ve bu kararların ne şekilde yapılacağı hususunda çalışanları yönlendiren kişiler o örgütün lideri ya da liderleri olduğundan örgüte karşı olumlu tutum ve davranışların geliştirilmesinde liderlik tarzının önemi büyüktür (Walumbwa Luthans, Avey, ve Oke, 2011).

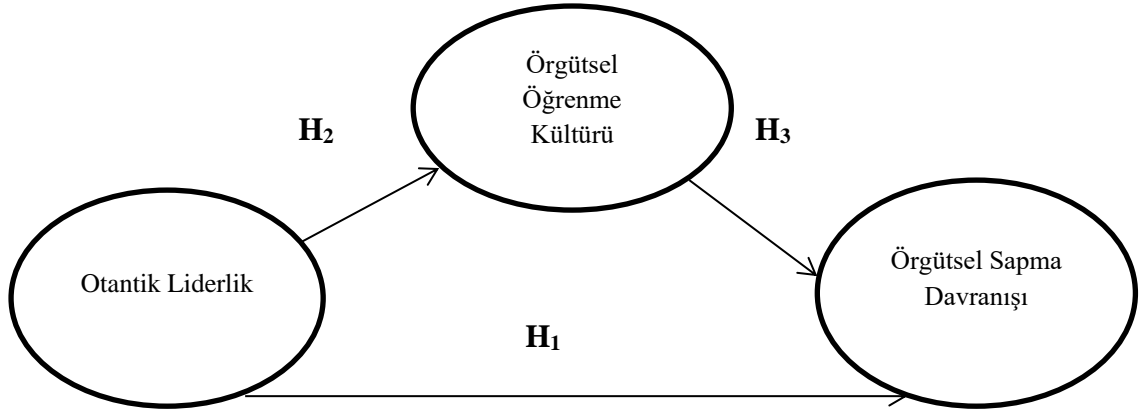
Otantik liderlerin, davranışlarını yönlendirebilen, başkaları üzerindeki etkilerine duyarlı, derin ahlak ve değerlere sahip oldukları görülmektedir (Kernis, 2003: 20). Otantik liderler yaratıcı ve yenilikçi davranışlara ilham kaynağı olarak farklı bakış açılarını paylaşmak için şeffaf bir biçimde iletişim kurar ve takipçilerini de buna teşvik eder. Bu durum da örgütsel öğrenme kültürünün oluşmasına ve özümsemesine yardımcı olur. Bu sebeple örgütsel öğrenme kültürüne sahip bir ortamda çalışanlar kendilerini sürekli öğrenerek dönüştürmeye ikna eder. Bu tür örgütler, çalışanların liderleriyle diyalog kurmaya özendirildiği, karar alma mekanizmasına dâhil edildiği ve sistem düşüncesinin görüldüğü yerler olduğundan bu tür bir ortamda çalışanların, bilgi paylaşımı amacıyla grup üyeleriyle işbirliği yapmaları teşvik edilerek uygun çalışma ortamı sağlanmaktadır (Pulay, 2014).

Öğrenmeyi destekleyici çalışma ortamı bireyler ve örgütler açısından birçok fayda sağlamaktadır. Çeşitli çalışmalar göstermiştir ki eğitim ve öğretim etkinlikleri sadece çalışanların becerilerini ve yeteneklerini geliştirmek ve iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda çalışanların işletmeye karşı olumlu tutum ve davranış geliştirmelerini de sağlar (McEvory, 1997; Bartlett, 2001; Paul ve Anatharaman, 2004). Lok ve Crawford (2001)' un yedi büyük hastanede çalışan hemşireler üzerinde yaptıkları çalışma, bürokratik kültüre sahip örgütlerin çalışanlar üzerinde olumsuz etkileri olmasına karşın destekleyici ve yenilikçi kültürlerin çalışanlar üzerinde güçlü bir pozitif etkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Wu ve Cavusgil (2006)'in aktif olarak stratejik işbirliği içerisinde bulunan 184 işletmenin üst düzey yöneticileri üzerinde yaptıkları bir çalışmada, bir işletmenin öğrenme amacının, işbirliği ve işletme performansının çalışanların pozitif davranışlarıyla bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Maurer ve Lippstreu (2008)' Amerikan iş gücü üzerine internet üzerinde iki aşamalı yaptıkları bir anket çalışmasının sonuçlarında, öğrenme ve gelişmeye elverişli bir mekanizma ve çevre yaratan örgütün, çalışanlarının öğrenmeye katılımını artıracığını ve bu öğrenme deneyiminin de çalışanların pozitif davranışlarının artıracığını ileri sürmüştür. Buna karşılık, örgütlerine karşı negatif yönde tutum geliştiren çalışanlar, olumsuz davranışlar göstermekten kaçınmak yerine örgüte zarar verecek tarzda davranış kalıpları göstermektedir.

Büyük bir öz farkındalık duygusu, içsel ahlaki bir bakış açısı, dengeli bir muhakeme gücü ve ikili ilişkilerde şeffaflık ile hareket eden liderler, örgüt içinde olumlu psikolojik ve etik bir çalışma ortamının oluşturulmasına katkıda bulunurlar. Örgüt içinde sağlanan bu çalışma iklimi inovasyona, gelişmiş performans ve sürdürülebilir rekabet gücüne yol açan örgütsel öğrenme kültürünün oluşmasına zemin hazırlar. Bu sayede de çalışanlar, içinde buldukları örgüte karşı olumsuz tutum ve davranışlardan kaçınırlar. Bu bağlamda araştırmanın üçüncü ve dördüncü hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>4</sub>:** *Örgütsel öğrenme kültürünün, otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide aracılık etkisi vardır.*

Araştırma hipotezlerine dayanarak, araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1'deki gibidir:



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Örneklem ve Veri Toplama

Bu araştırmanın amacı, otantik liderlik, örgütsel öğrenme kültürü ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkileri tespit etmek ve örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide aracı bir etkisinin bulunup bulunmadığını saptamaktır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye ilaç sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin alt ve orta kademedeki beyaz yakalı çalışanlarına anket uygulanmıştır. Bu bağlamda İSO 500' de yer alan ve ilaç sektöründe faaliyet gösteren 6 işletmede istihdam edilen alt ve orta kademedeki beyaz yakalı çalışanları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu sebeple 6 işletmenin insan kaynakları departmanlarına e- posta yolu ile anket gönderilmiştir. Bu bağlamda araştırmada gönüllü örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu teknikte anket evrenin tamamına gönderilir ve anketi yanıtlamayı kabul eden herkes örnekleme dahil edilir (Saruhan ve Özdemirci, 2011). Gönderilen anketlerden 212 tanesine geri dönüş sağlanmıştır. Örneklem yeterliliğini belirlemek amacıyla, genelleme için gerekli örneklem sayısı tablosundan yararlanılmıştır (Saruhan ve Özdemirci, 2011:143); ayrıca ifade başına düşen gözlem sayısında ideal oranın 1'e 5 olması nedeniyle bu sayı yeterli bulunmuştur (Yaşlıoğlu, 2017: 75). Araştırma verileri SPSS 21 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan çalışanların %26,9'u 25 yaşın altında; %51,9'u 25-35 yaş arasında; %18,4'ü 36-45 yaş arasında % 2,8'i 45 yaş üzerindedir. Araştırmaya katılanların %25'i erkek, %75'i kadındır. Araştırmada yer alan çalışanlardan %38,2'nin 1-5 yıl arası, %24,5'nin 6-10, %14,6'sının ise 10 yıl ve üzeri , toplam iş yaşam deneyimine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmede içindeki çalışma süreleri göz önüne alındığında

%45,8'nin 1-5 yıldır, %16,5'nin 6-10 yıldır, %14,6'sının ise 10 yıldan fazla süredir mevcut işyerlerinde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında ise, %69,8'nin lise, %23,6'sının üniversite, %6,6'sının ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir.

### 3.2. Ölçekler, Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizleri

Çalışmada kullanılan ölçekler daha önce kullanıcıları tarafından güvenilirlik ve geçerlilikleri test edilmiş ölçeklerdir. Çalışmada 5'i demografik, 31 'i 5'li Likert tipi ölçekli olan toplamda 36 soruya yer verilmiştir. Çalışmada üç farklı ölçekten faydalanılmıştır. Otantik liderlik ölçeği Avolio vd. (2007) tarafından geliştirilen ve Erkutlu ve Chafra (2013) tarafından kullanılan hali ile; örgütsel öğrenme kültürü ölçeği Marsick ve Watkins (2003)'ten; örgütsel sapma ölçeği olarak ise Bennett ve Robinson (2000) tarafından geliştirilen örgüte yönelik sapma davranışı ölçeği kullanılmıştır. Otantik liderlik ölçeği toplam 16 ifadeden, örgütsel öğrenme kültürü ölçeği ise 7 ifadeden oluşmaktadır. Her iki ölçekte 5'li likert tipidir (Kesinlikle katılmıyorum....kesinlikle katılıyorum). Örgütsel sapma davranışı ölçeği ise toplamda 8 ifadeden oluşmaktadır ve 1: Asla 5: Her zaman olmak üzere likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir.

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlik analizi için temel bileşenler metodu kullanılarak varimax rotasyonlu faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeklerin faktör analizine ilişkin değerler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Örneklem büyüklüğünün faktörleşmeye uygunluğunun test edilmesi amacıyla Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Ölçeklere ait KMO değerlerinin 0,770'in üzerinde çıkması örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için yeterli düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca ölçeklere ilişkin Barlett's Test of Sphericity'nin de anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç ise, verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini kabul etmemizi sağlar (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010).

Ölçme araçlarının güvenilirliğini tespit amacıyla en yaygın kullanılan yöntem Cronbach Alpha katsayısıdır. Cronbach Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alır ve güvenilirlik için kabul edilebilir değerin en az 0,7 olması arzu edilir (Gefen, Straub ve Boudreau, 2000). Analiz sonuçlarına göre ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri; otantik liderlik: 0,894, örgütsel öğrenme kültürü: 0,802, örgütsel sapma davranışı: 0,815 olarak elde edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirliğini düşürdüğü için otantik liderlik ölçeğinden 2, 4, 5, 7 ve 8 numaralı ifade ile örgütsel sapma davranışı ölçeğinden 5 numaralı ifade analiz dışında bırakılmıştır.

**Tablo 1. Ölçek İfadelerine İlişkin Faktör Yük Değerleri**

<b>1.Faktör Otantik Liderlik</b>	<b>Faktör Yük Değerleri</b>
1.Yöneticim ne demek istiyorsa onu açıkça söyler.	,527
3.Yöneticim herkesin düşündüklerini söylemesini teşvik eder.	,605
6.Yöneticimin inandıkları ile davranış şekli aynı doğrultudadır.	,624
9. Yöneticim zor kararlar alırken yüksek etik standartlara bağlı kalır.	,762
10. Yöneticim çok inandığı konularda bile karşıt görüşlerin açıklanmasını ister.	,768
11. Yöneticim karar vermeden önce ilgili verileri enine boyuna araştırır.	,776
12.Yöneticim karar vermeden önce farklı bakış açılarını dikkatle dinler.	,812
13. Yöneticim başkalarıyla etkileşimi/iletişimi geliştirmek için geri besleme arayışı içinde olur.	,743
14.Yöneticim yeteneklerinin başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğini bilir.	,713
15.Yöneticim önemli konular gündeme geldiğinde duruşunu ne zaman yeniden değerlendirmesi gerektiğini bilir.	,785
16.Yöneticim belirli davranış tarzlarının başkalarının nasıl etkileyeceğini anlar ve bunu onlara belli eder.	,607

KMO: 0,911; Barlett's Test of Sphericity; 1106,044; p<,000; Açıklanan toplam varyans: %50, 103

**2.Faktör: Örgütsel Öğrenme Kültürü**

1.Çalışanlar öğrenmek için birbirlerine yardım ederler.	,639
2.Çalışanlara öğrenmelerini desteklemek için zaman ayrılır.	,622
3.Çalışanlar öğrenmeleri için teşvik edilirler.	,783
4.Çalışanlar birbirlerini açık ve dürüst değerlendirirler.	,663
5.Çalışanlar görüşlerini ifade ederken, diğerlerinin de ne düşündüğünü sorarlar.	,778
6.Çalışanlar birbirlerinin güvenini kazanmak için zaman harcarlar.	,519
7.Bölümler, gerektiğinde hedeflerini değiştirmekte özgürdürler.	,734

KMO: 0,861; Barlett's Test of Sphericity; 384,533; p<,000; Açıklanan toplam varyans: %50, 004

**3.Faktör: Örgütsel Sapma Davranışı**

1.İş arkadaşlarım işyeri kurallarına uymazlar.	,567
2.İş arkadaşlarım işi kaytarırlar.	,756
3.İş arkadaşlarım daha uzun mola verirler.	,738
4.İş arkadaşlarım kasıtlı olarak yavaş çalışır.	,833
6.İş arkadaşlarım işyerini erken terk eder.	,577
7.İş arkadaşlarım işyerine geç gelir.	,570
8.İş arkadaşlarım çalışırken az çaba gösterir.	,750

KMO: 0,775; Barlett's Test of Sphericity; 543,193; p<,000; Açıklanan toplam varyans: %50, 082

**3.3. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi**

Tablo 2’de, araştırmanın değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon katsayıları gösterilmektedir. Tablo’ 2 deki sonuçlara göre, örgütsel sapma davranışının araştırmada yer alan işletme çalışanları arasında yaygın olmadığı sonucuna varılabilir. Değişkenler arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında, otantik liderlik ve



örgütsel öğrenme kültürü değişkenleri arasında orta derecede, istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki bulunduğu gözlenmektedir. Örgütsel sapma davranışı ile otantik liderlik ve örgütsel öğrenme kültürü arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 2.** Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	X	SD	Alpha	1	2	3
1.Otantik Liderlik	3,64	,64	0,894	-		
2.Örgütsel Öğrenme Kültürü	3,30	,81	0,802	,508**	-	
3.Örgütsel Sapma Davranışı	1,89	,66	0,815	-,176*	-,188*	-

\*\*p<0,01 anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı; \*p<0,05 anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

### 3.4. Hipotez Testi Sonuçları

Aracı değişkenin (örgütsel öğrenme kültürü) bağımlı değişken (örgütsel sapma davranışı) ve bağımsız değişken (otantik liderlik davranışı) üzerindeki etkisini hesaplamak amacıyla Baron ve Kenny'nin (1986) açıklamaları doğrultusunda hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Öncelikle bir değişkenin aracı değişken olabilmesi için dört temel kriteri sağlaması gerekmektedir:

- I) Bağımsız değişken, bağımlı değişkeni doğrudan anlamlı bir biçimde etkilemelidir.
- II) Bağımsız değişken, aracı etkisi beklenen değişkeni anlamlı bir biçimde etkilemelidir.
- III) Aracı etkisi beklenen değişken, bağımlı değişkeni anlamlı bir biçimde etkilemelidir.
- IV) Son kriter ise aracı değişken, bağımsız değişken ile birlikte tahmin edilen regresyon modeline dahil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalmalı ya da tamamen ortadan kalkmalıdır. İlişki tamamen ortadan kalkarsa “tam aracı değişken”, ilişkinin azalması durumunda ise “kısmi aracı değişken” özelliği ortaya çıkmaktadır (Baron ve Kenny, 1986: 1176).

**Tablo 3.** Aracılık Testi için Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Örgütsel Sapma	Öğrenme Kültürü	Örgütsel Sapma	Örgütsel Sapma
	$\beta$	$\beta$	$\beta$	$\beta$
<b>Model 1</b>				
Otantik Liderlik	-0,176*			
F	6,676			
R <sup>2</sup>	0,031			
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0,026			
<b>Model 2</b>				
Otantik Liderlik		0,508**		
F		73,218		
R <sup>2</sup>		0,259		
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>		0,255		
<b>Model 3</b>				
Öğrenme Kültürü			-0,188*	
F			7,729	
R <sup>2</sup>			0,035	
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>			0,031	
<b>Model 4</b>				
Otantik Liderlik				-0,108
Öğrenme Kültürü				-0,134*
F				4,818
R <sup>2</sup>				0,044
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>				0,035

\*\*p&lt;0,001, \*p&lt;0,005

Tablo 3 incelendiğinde araştırmanın 1, 2 ve 3 numaralı hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3'teki sonuçlara göre örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik davranışı ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide “tam aracı değişken” olduğu ifade edilebilir. Model 1’de -0,176 olan otantik liderlik davranışının  $\beta$  değerinin Model 4’te -0,108’e düştüğü ve anlamsızlaştığı görülmüştür.  $\beta$  değerindeki bu düşüş ve anlamsızlaşma, bununla birlikte aracı değişkenin anlamlılığını koruması durumu, örgütsel öğrenme kültürünün, otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasında tam aracılık etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkide aracı değişkenin dolaylı etkisinin anlamlı olup olmadığı Sobel Testi ile değerlendirilmiştir (Sobel, 1982). Sobel testi sonuçları da söz konusu aracılık etkisini teyit etmektedir ( $z=-2,66$ ,  $p=0.05$ ). Böylece araştırma hipotezi 4 kabul edilmiştir.

#### 4. SONUÇ

Bu araştırmanın temel motivasyonu örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide aracılık rolü olup olmadığını belirlemektir. Bu doğrultuda Türkiye ilaç sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde istihdam edilen orta ve alt kademedeki beyaz yakalı çalışanlara anket uygulanmış ve elde edilen veriler çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgulara dayanarak otantik liderlik davranışı, örgütsel öğrenme kültürü ve örgütsel sapma davranışı arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiş ve öğrenme kültürünün otantik liderlik ve örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişkide tam aracı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Türkiye ilaç sektörü, Türkiye’de faaliyet gösteren 120’si çok uluslu 372’i ilaç firması ile köklü geçmişi ve tecrübesi olan bir sektördür (İEİS, 2018). İlaç endüstrisinin varlığı yüksek katma değer ve ileri teknolojiye dayanan yapısı nedeniyle bir ülke için stratejik ve ekonomik olarak kritik önemdedir. Ayrıca, ilaç endüstrisi, ileri teknolojiye dayanan, yeniliğin sürekli olduğu, bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile değişimlere hızla ayak uydurulması gereken bir endüstridir (tobb.org.tr, 2008). Bu bağlamda, bu sonucun hem literatür hem de ilaç sektöründeki işletmeler açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada otantik liderliğin örgütsel sapma davranışlarını azaltma yönünde bir etkisi olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, literatürde yer almış önceki araştırmalarla tutarlıdır. Erkutlu ve Chafra (2013)’nin Türkiye’deki 10 devlet üniversitesi üzerinde yaptıkları araştırma otantik liderliğin örgütsel sapma davranışı ile negatif yönde anlamlı bir korelasyon içinde olduğunu göstermiştir. Tabak, Polat, Coşar ve Türköz (2013), çalışanların otantik liderlik algılarının örgütsel güven, örgütsel bağlılık ve örgütsel sinizm ile ilişkisini ve çalışanların demografik özelliklerinin otantik liderlik algılarıyla olan ilişkisini ortaya çıkarmak amacıyla bir Türk firmasındaki 371 çalışan ile yürüttükleri araştırma sonucunda; otantik liderliğin, örgütsel güven ve örgütsel bağlılık ile pozitif yönde, örgütsel sinizm ile ise negatif yönde anlamlı ilişkiler içinde olduğu görülmüştür. Liu, Fuller, Hester, Bennett ve Dickerson (2016) otantik liderliğin, çalışanların yönetici kimliği, psikolojik güven ve işe bağlılık gibi üç psikolojik faktörün aracılık etkisinde işyerindeki davranışlar ile olan ilişkisini araştırmıştır. Sağlık sektöründen 124 çalışan ve 16 yöneticiden elde ettikleri anket verilerinin analizi sonucunda, otantik liderliğin yönetici kimliği, psikolojik güven ve işe bağlılık gibi üç psikolojik faktörün aracılık etkisi ile astların proaktif davranışları ile olumlu yönde ilişkili olduğu; astların iş yerindeki sapma davranışları ile ise negatif yönde ilişkili olduğu ampirik olarak kanıtlanmıştır.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç otantik liderliğin örgütsel öğrenme kültürü ile pozitif yönde anlamlı ilişkisi olduğudur. Bu durum, literatürde daha önce yapılmış çalışmaların sonuçlarıyla paraleldir Mazutis ve Slawinski (2008) yaptıkları çalışmada, örgüt içinde liderlerin otantik diyalog mekanizması aracılığıyla bireyler, gruplar ve akabinde tüm örgüt üzerinde örgütsel öğrenmeyi nasıl etkilediğini ve örgüt kültürünü nasıl şekillendirdiğini araştırmışlardır. Yazarlar çalışmanın sonucunda, liderlerin otantik diyalog yolu ile şekillendirdiği bir örgüt kültürünün daha sonra birey, grup ve örgüt düzeyinde ileri ve geribildirim yolu ile öğrenmeyi desteklediğini, çift döngülü öğrenmeyi teşvik edip güçlendirdiğini belirtmişlerdir. Ötken ve Beşer (2017) özel bankacılık ve sigorta sektöründe çalışan 200 beyaz yakalı çalışan üzerinde yaptıkları bir araştırmada, otantik liderliğin örgütsel öğrenme üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Milić, Nešić, Kuzmanović ve Delić (2017) yaptıkları araştırmada, otantik liderlik yetenekleri ile öğrenen organizasyonlar arasındaki ilişkide çalışanların duygusal bağlılıklarının aracılık etkisini incelemişlerdir. Sırbistan’da üretim ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin işçi düzeyindeki 502 çalışanı üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda; algılanan otantik liderlik yeteneklerinin, çalışanların duygusal bağlılığını orta derecede ve olumlu yönde etkilediğini ve bunun da öğrenen organizasyonlar üzerinde kısmen etkili olduğunu ampirik olarak ortaya koymuştur. Sallitepe (2017)’nin bankacılık ve sigorta sektöründe faaliyet gösteren özel sektör kuruluşları üzerine uyguladığı araştırmaya göre ise otantik liderliğin örgütsel öğrenme üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Ökmen, Elçi Murat ve Yılmaz (2018), Kocaeli ve İstanbul’daki üniversitelerde çalışan yönetici, öğretim üyesi, öğretim görevlisi, öğretmen ve idari personelden oluşan 235 kişi üzerinde yapmış oldukları araştırmada, otantik liderlik davranışlarının bilgiyi elde etme ve kullanma ile bilgiyi paylaşma ve yayma yetenekleri üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca sistem oryantasyonu ve öğrenme oryantasyonu üzerinde de kısmen olumlu bir etkisi olduğu sonucuna varmıştır.

Araştırma bağlamında ele alınan bir diğer sonuç ise örgütsel öğrenme kültürünün örgütsel sapma davranışı üzerinde negatif yönde bir etkiye sahip olmasıdır. Araştırmada ele alınan örgütsel öğrenme kültürü ile örgütsel sapma davranışı arasındaki ilişki daha önce yeterince ele alınmamış bir konu olmakla beraber, ilgili yazın tarandığında, örgütsel öğrenme kültürünün iş yerinde sergilenen olumsuz davranışlar üzerinde negatif yönde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Pearson, Andersson ve Porath (2005), örgütsel normlar ve değerlerin örgüt kültürü aracılığı ile benimsenmesinin işyerinde görülen sapma davranışları negatif

yönde etkileyebileceğini öne sürmüşlerdir. Appelbaum, Deguire ve Lay (2005), örgütsel etik iklimi ve işyerinde sapma davranışlar arasındaki ilişkiyi inceledikleri bir çalışma yapmışlardır. Çalışmalarının sonucunda, örgüt kültürünün bireysel algıları ve subjektif süreçleri düzenleyerek örgütsel etik iklimi üzerinde bir etki yaratacağından hareketle (Erdem, 1996: 58) örgütlerin güçlü bir şekilde etik bir kültür yapısını teşvik edecek adımlar attıkları takdirde çalışanların etik bir ikileme karşı karşıya kaldıklarında, bununla nasıl başa çıkacaklarını bileceğinden bahsetmektedir. Dahası, bu olumlu kültürel ortamın korunması ile çalışanların, örgütler için çok zararlı olan agresif ve sapma davranışlara boyun eğmeyeceklerini ifade etmektedir. Shahid ve Ahmad (2016), Pakistan kamu sektörü kuruluşlarında örgütsel öğrenmenin rüşvet ve iş yerinde sapma davranışlar üzerindeki etkisini inceledikleri araştırmalarında ahlaki çözülmeyi aracı değişken olarak kullanmışlardır. Bu amaçla anket uyguladıkları 350 kamu sektörü çalışanından elde ettikleri verinin analizi sonucunda; örgütsel öğrenmenin rüşvet ve işyerinde sapma davranışları üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etkisini bulmuşlardır. Örgütsel öğrenme kültürü aracı değişken olarak modele dahil edildiğinde ise bu etki anlamsızlaşmaktadır. Di Stefano, Scrima ve Parry (2017)'nin İtalya'da kamu ve özel sektöre ait 30 kuruluşta çalışan 954 işçi üzerinde yaptıkları bir araştırma, örgüt kültürünün iş yerinde sapma davranışlar üzerinde negatif yönde etkili olduğunu ampirik olarak kanıtlamıştır. Narayanan ve Murphy (2017) örgüt kültürünün örgüt iklimi ile sapma davranışı arasındaki ilişkide ılımlaştırıcı bir etkiye sahip olacağını ileri sürdükleri çalışmalarında; çalışanların işyerlerindeki ortamı, destekleyici, ödüllendirici, sıcak, yapılandırılmış ve risksiz hissettiklerinde sapma davranışlardan ziyade yapıcı davranışlar göstereceklerini, örgüt kültürünün ise bu ilişki üzerinde sapma davranışları azaltıcı bir etki göstereceğini ifade etmiştir. Ulusal literatür tarandığında bu alanda Avcının (2008) çalışması dikkati çekmektedir. Avcı (2008), konaklama işletmeleri üzerinde yapmış olduğu araştırma sonucunda örgütsel öğrenme ile örgütsel sapma davranışı arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmanın bir başka önemli sonucu, örgütsel öğrenme kültürünün otantik liderlik ve sapma davranışı arasında aracılık rolüne sahip olduğunun saptanmasıdır. Bu sonuç, araştırmanın yapıldığı Türkiye ilaç sektörü bağlamında otantik liderlik davranışının var olmasının işletme içinde örgütsel öğrenme kültürünün yerleşmesine ve benimsenmesine pozitif yönde katkıda bulunarak örgütsel sapma davranışların oluşmasını engellediği ya da bu tür istenmeyen davranışların azalmasını sağladığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca örgütsel öğrenmeye odaklanan ve öğrenme süreçlerini içselleştiren bir örgütsel kültür, değişim ve

yeniliklere uyum sağlama ve yeni girişimlerde bulunma gibi proaktif davranışların işletme içinde yayılmasını kolaylaştırarak sektörün ihtiyaç duyduğu pozitif ve yenilikçi bir iklim oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Yapılan yurtiçi ve yurtdışı alan yazın taramasında bu çalışmanın ilaç sektöründeki beyaz yakalı çalışanlar kapsamında otantik liderlik ve sapma davranışı arasındaki ilişkide örgütsel öğrenmenin aracılık rolünü belirleyen ilk çalışma olduğu belirlenmiştir.

Son olarak, bu çalışmadan elde edilen sonuçlar İSO 500’de yer alan ve Türkiye’de ilaç sektöründe faaliyet gösteren 6 işletmenin beyaz yakalı çalışanlarına uygulanan bir araştırmanın sonuçlarını yansıttığından bu sonuçlarla ilaç sektörünün tamamına ve diğer sektörlere genelleme yapılamaz. Gelecekte araştırmacılar, çalışmada sunulan modele düzenleyici veya farklı değişkenler ekleyerek ya da araştırma modelini farklı sektörler üzerinde uygulayarak inceleme yapabilir.

## KAYNAKÇA

- Altan, S. (2018). Örgütsel Öğrenme ve Öğrenen Organizasyonlar. (Ed. Aydoğan, E.) Örgütsel Davranış Odaklı Yönetimsel Yaklaşımlar. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Altunışık R., Coşkun R., Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım E.(2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı 4. Baskı. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Appelbaum, S.H., Deguire K.J. and Lay, M. (2005). The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behaviour. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 5( 4 ), 43 – 55.
- Argyris, C., and Schön, D. A. (1996). *Organizational Learning II*, New York: Addison-Wesley Pub. Comp.
- Avcı, N., (2008). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, İş Tutumları ve Örgütsel Sapma Arasındaki İlişkinin Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Avolio, B. J., Gardner, W. L., Walumbwa, F. O., Luthans, F., and May, D. R. (2004). Unlocking the Mask: A Look At The Process by Which Authentic Leaders Impact Follower Attitudes and Behavior. *The Leadership Quarterly*, 15, 801-823
- Avolio, B.J., Gardner, W.L. and Walumbwa, F.O. (2007). Authentic Leadership Questionnaire”, available at: [www.mindgarden.com](http://www.mindgarden.com) (accessed December 15, 2018).
- Baron, R.M. and Kenny, D.A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bartlett, K. R. (2001). The Relationship Between Training and Organizational Commitment: A Study in the Health Care Field. *Human Resource Development Quarterly*, 12(4), 335-352.
- Bates, R., and Khasawneh, S. (2005). Organizational Learning Culture, Learning Transfer Climate and Perceived Innovation in Jordanian Organizations. *International Journal of Training and Development*, 9(2), 96-109.
- Bayın, G. ve Yeşilaydın, G.T. (2014). Hemşirelerde Örgütsel Sapma Davranışının Analizi: Bir Üniversite Hastanesi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 81-107.
- Bennett, R.J. and Robinson, S.L. (2000). Development of A Measure of Workplace Deviance. *Journal of Applied Psychology*, 85 (3), 349-360.
- Bennett, R.J., and Robinson, S.L. (2003). The Past, Present and Future of Workplace Deviance Research, In J. Greenberg (Ed.) *Organisational Behaviour: The State of the Science*, (2nd Ed.) Lawrence Erlbaum.
- Berson, Y., Da’as, R., and Waldman, D. A. (2015). How Do Leaders and Their Teams Bring About Organizational Learning and Outcomes?. *Personnel Psychology*, 68, 79–108.
- Beugré, C. D. (2010). Resistance to Socialization into Organizational Corruption: A Model of Deontic Justice. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 533-541
- Biron, M. (2010). Negative Reciprocity and the Association Between Perceived Organizational Ethical Values and Organizational Deviance. *Human Relations*, 63(6), 875-897.
- Bontis, N. C. (2002). Managing an Organizational Learning System by Aligning Stocks and Flows. *Journal of Management Studies* 39(4), 437– 469.
- Bowling, N.A. and Gruys, M.L. (2010), Overlooked Issues in the Conceptualization and Measurement of Counter Productive Work Behavior. *Human Resource Management Review*, 20 (1), 54-61.
- Camps, J., and Majocchi, A. (2010). Learning Atmosphere and Ethical Behavior, Does It Make Sense? *Journal of Business Ethics*, 94(1), 129147.
- Cook, S. D.,ve Yanow, D. (1993). Culture and Organizational Learning. *Journal of Management Inquiry*, 2(4), 373-390.
- Cullinan, C., Bline, D., Farrar, R. and Lowe, D. (2008). Organization-Harm vs. Organization-Gain Ethical Issues: An Exploratory Examination of The Effects of Organizational Commitment, *Journal of Business Ethics*, 80(2), 225-235.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları. Pegem Akademi: İstanbul.

- Demir, M., (2009). Konaklama işletmelerinde duygusal zeka, örgütsel sapma, çalışma yaşamı kalitesi ve işten ayrılma eğilimi arasındaki ilişkinin analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Demir, H. ve Songür, N. (1999). Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(3). 150-168.
- EİEİS (2018), Türkiye İlaç Sektörü, 2017 Raporu.
- Ellis, S., Caridi, O., Lipshitz, R. and Popper, M. (1999). Perceived Error Criticality and Organizational Learning: An Empirical Investigation. *Knowledge and Process Management*, 6(3), 166-175.
- Egan, T.M., Yang, B. and Bartlett, K.R. (2004). The Effects of Organizational Learning Culture and Job Satisfaction on Motivation to Transfer Learning and Turnover Intention. *Human Resource Development Quarterly*, 15 (3), 279-301.
- Erdem, F. (1996). İşletme Kültürü, Friedrich Nauman Vakfı ve Akdeniz Üniversitesi Yayını, Ankara.
- Erkutlu, H. and Chafra, J. (2013). Effects of Trust And Psychological Contract Violation on Authentic Leadership and Organizational Deviance. *Management Research Review*, 36(9), 828-848.
- Erdirencelebi, M. (2012). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmanın Gerçekleşmesi İle Sürdürülebilirliğin Sağlanmasında Kuşaklar Arası Farklılıklar. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Fagbohunbe, B., O., Akinbode, G., A. and Ayodeji, F. (2012). Organizational Determinants of Workplace Deviant Behaviours: An Empirical Analysis in Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 207-221.
- Fredrickson, B. L. (2001). The Role of Positive Emotions in Positive Psychology: The Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226.
- Gardner, W. L., Avolio, B. J., Luthans, F., May, D. R. and Walumbwa, F. O. (2005). Can You See The Real Me? A Self-Based Model of Authentic Leader and Follower Development. *The Leadership Quarterly*, 16, 373-394.
- Gardner, W. L., Cogliser, C. C., Davis, K. M. and Dickens, M. P. (2011). Authentic Leadership: A Review of the Literature and Research Agenda. *The Leadership Quarterly*, 22, 1120-1145.
- Garvin, D. A., Edmondson, A. C. and Gino, F. (2008). Is Yours A Learning Organization?”, *Harvard Business Review*, 86 (3), 109-116.
- Gefen, D., Straub, D. W. and Boudreau, M. (2000). Structured Equation Model and Regression: Guideliness for Research Practice. *Communications of the Association for Information Systems: Vol. 4 , Article 7.*
- George, W. (2003). *Authentic Leadership: Rediscovering the Secrets to Creating Lasting Value.* Jossey-Bass, San Francisco: CA
- George, W., Sims, P., McLean, A. N. and Mayer, D. (2007). Discovering Your Authentic Leadership. *Harvard Business Review*, 85(2), 129-138.
- Giallonardo, L.M., Wong, C.A. and Iwasiw, C.L. (2010), Authentic Leadership of Preceptors: Predictor of New Graduate Nurses’ Work Engagement and Job Satisfaction. *Journal of Nursing Management*, 18 (8), 993-1003.
- Glessner, T. (2016). Correlation Between Servant Leadership and Organizational Learning in a Military Socio-cultural Archetype: Innovation of Strategic and Operational Capabilities. Unpublished Dissertation Arizona: Northcentral University.
- Greenberg, J. (2002). Who Stole the Money, and When? Individual and Situational Determinants of Employee Theft. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 89, 985-1003.
- Griffin, R.W., O’Leary-Kelly, A. M. and Collins, J. (1998). Dysfunctional Work Behaviours in Organizations. In Cooper, C.L. and Rousseau, D.M. (Eds.), *Trends in Organizational Behavior*. Greenwich, CT: JAI; 65-82.
- Guay, P.R., Choi, D., Sue Oh-I., Mitchel, M.S., Mount, M.K. and Hyun Shin, K. (2016) Why People Harm The Organization And Its Members: Relationships Among Personality, Organizational Commitment, and Workplace Deviance. *Human Performance*, 29, 1-15.
- Hershcovis, S., Turner, N., Barling, J., Arnold, K., Dupre, K., Inness, M., LeBlanc, M. and Sivanathan, N. (2007). Predicting Workplace Aggression: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92, 228-238.



- Hoel, H. and Salin, D. (2003). Organisational Antecedents of Workplace Bullying. (Eds, Einarsen, S., Hoel, H. Zapf, D. & Cooper, C. ) *Bullying and Emotional Abuse in the Workplace: International Perspectives in Research and Practice*. Taylor & Francis,: London..
- Hollinger, R.C. and Clark, J.P. (1982). Formal and Informal Social Controls of Employees Deviance. *The Sociological Quarterly*, 23, 333-343.
- Hollinger, R.C. and Clark, J.P. (1983). Deterrence in The Workplace: Perceived Certainty, Perceived Severity, and Employee Theft. *Social Force*, 62(2), 398-417.
- Howald,N., Lortie, B., Gallagher, C. and Albert, M.A. (2018). Preventing and Deterring Organizational Deviance. <http://www.infocoponline.es/pdf/PREVENCIONDESMOTIVACION.pdf>
- Hsiu-Y.H. (2009). Organizational Learning Culture's Influence on Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention among R&D Professionals in Taiwan during an Economic Downturn, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Minnesota..
- Ilies, R., Morgeson, F. and Nahrgang, J. (2005), Authentic Leadership and Eudaemonic Well-Being: Understanding Leader-Follower Outcomes. *The Leadership Quarterly*, 16 (3), 373-394.
- İyigün, N.Ö., Çetin, C., (2012). Psikolojik Kontratın Örgütsel Sapma Üzerindeki Etkisi: İlaç Sektöründe Bir Araştırma. *Öneri Dergisi*, 10 (7), 15-29.
- İlaç Endüstrisi İşverenleri Sendikası (İEİS). (2018). Türkiye İlaç Sektörü 2017 Raporu
- Junita,A. (2017). Organizational Learning Culture, Consumer Satisfaction and Employee's Attitude: Causality Analysis. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8 (1) : 68-82.
- Kamali, M., Asadollahi,S., Afshari, M. and Mobaraki, H. (2017), Studying the relationship between organizational learning and organizational commitment of staffs of well-being organization in Yazd province Citation, *Evidence Based Health Policy. Management & Economics*, 1(3), 178-185.
- Kellett, J. B., Humphrey, R. H. and Sleeth, R. G. (2006). Empathy and Emergence of Task and Relations Leaders. *The Leadership Quarterly*, 1, 146-162.
- Kernis, M. H. (2003). Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem. *Psychological Inquiry*, 14, 1-26
- Kızıldağ, D. (2018). Örgütsel Sapma. (Ed. Aydoğan, E. ) *Örgütsel Davranış Odaklı Yöneltil Yaklaşımlar*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Kimemia, D. (2013). Organizational Culture and Corruption: A Multiple Case Study of Non-Governmental Organizations in Kenya. Doctoral Dissertation, Virginia Commonwealth University.
- Kindt CA (2008). Relationship between organizational climate and job satisfaction among middle school principals. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Florida, Central Florida.
- Kontoghiorghes, C., Awbre, S.M. and Feurig, P.L. (2005). Examining the Relationship Between Learning Organization Characteristics and Change Adaptation, Innovation, and Organizational Performance. *Human Resource Development Quarterly*, 16 (2), 185-212.
- KPMG, (2018). İlaç, Sektörel Bakış. [www.kpmg.com.tr](http://www.kpmg.com.tr)
- Lawrence, T. B. and Robinson, S. L. (2007). Ain't Misbehavin: Workplace Deviance as Organizational Resistance. *Journal of Management*, 33(3), 378-394.
- Lee, H. and Choi, B. (2003). Knowledge Management Enablers, Processes, And Organizational Performance: An Integrative View and Empirical Examination, *Journal of Management Information Systems*, 20 (1), 179-228.
- Lipshitz, R., Popper, M. and Friedman, V. J. (2002). A multifaceted Model of Organizational Learning. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 38(1), 78-98.
- Liu, Y., Fuller, B., Hester, K., Bennett,R.J. and Dickerson, M.S. (2016). Linking Authentic Leadership to Subordinate Behaviors. *Leadership & Organization Development Journal*, . 39 ( 2), 218-233.
- Lok, P. and Crawford, J. (2001). Antecedents of Organizational Commitment and The Mediating Role of Job Satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 16(8), 594-613.
- Lopez, S. P., Peon, J. M. M. and Ordas, C. J. V. (2005). Organizational Learning as a Determining Factor in Business Performance. *The Learning Organization*, 12(3), 227-245.

- Luthans, F. and Avolio, B. (2003) 'Authentic Leadership Development', In Cameron, K. S., Dutton, J. E. ve Quinn, R. E. (Eds.), *Positive Organizational Scholarship*, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 241-25
- Marsick, V. J. and Watkins, K.E. (2003). Demonstrating the Value of an Organization's Learning Culture: The Dimensions of the Learning Organization Questionnaire. *Advances in Developing Human Resources*, 5(2), 132–151.
- Martin, L. E., Brock, M. E., Buckley, M. R., ve Ketchen, D. J. (2010). Time Banditry: Examining the Purloining of Time in Organizations. *Human Resource Management Review*, 20(1), 26-34.
- Maurer, T. J. and Lippstreu, M. (2008). Who Will be Committed to An Organization That Provides Support for Employee Development? *Journal of Management Development*, 27(3), 328-347.
- May, D., Chan, A., Hodges, T., ve Avolio, B., (2003) Developing The Moral Component of Authentic Leadership, *Organizational Dynamics*, 32 (3), 247–260.
- Mazur, J. and Zaborek, P., (2016). Organizational Culture and Open Innovation Performance in Small and Medium-Sized Enterprise (SMEs) in Poland. *Int. J. Manag. Econ.* 51 (1), 104–138.
- Mazutis, D. and Slawinski N. (2008). Leading Organizational Learning Through Authentic Dialogue. *Management Learning*, 39(4), 437–456.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- McEvory, M. G. (1997). Organizational Change and Outdoor Management Education. *Human Resource Management*, 36(2), 235-250.
- McGill, M. E. and Slocum, Jr., J. W. (1992). Management Practices in Learning Organizations. *Organizational Dynamics*, 21(1), 4-17.
- Milić, B., Nešić, L., Kuzmanović, B. and Delić, M. (2017). The Influence of Authentic Leadership on The Learning Organization at the Organizational Level: The Mediating Role of Employees' Affective Commitment. *Journal for East European Management Studies*. (22) 1, 9-38.
- Murphy, K.R. (1993). *Honesty in The Workplace*. Belmont, CA: Brooks/Cole
- Narayanan, K. and Murphy, S.E. (2017). Conceptual Framework on Workplace Deviance Behaviour: A Review. *Journal of Human Values*. 23(3) 1–16
- Nevis, E.C., Dibella, A.J. ve Gould, J.M. (1995). Understanding organizations as learning system. *Sloan Management Review*, 36 (2), 73-85.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge-Creating Company. *Harvard Business Review*, 69(6), 96-104
- Nonaka, I., Toyama, R., Hirata, T. and Ebrary, I. (2008). *Managing Flow: A Process Theory Of The Knowledge-Based Firm*. Palgrave Macmillan, NY.
- Noruzi, A., Dalfard, V. M., Azhdari, B., Nazari-Shirkouhi, S. and Rezazadeh, A. (2013). Relations Between Transformational Leadership, Organizational Learning, Knowledge Management, Organizational Innovation, and Organizational Performance: An Empirical Investigation of Manufacturing Firms. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 64, 1073–1085.
- Obeng, K. and Ugboro, I. (2003). Organizational Commitment Among Public Transit Employees: An Assessment Study. *Transportation Quarterly*. 57(2), 83-98.
- O'Leary-Kelly, A. M., Griffin, R. W. and Glew, D. J. (1996). Organization-Motivated Aggression: A Research Framework. *Academy of Management Review*, 21(1), 225- 253.
- Oliphant, B. F. and Oliphant, G. C. (2001). Using A Behavior-Based Method to Identify and Reduce Employee Theft. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29 (10), 442-451.
- Omar, F., Halim, F., Zainah, A. and Farhadi, H. (2011). Stress and Job Satisfaction as Antecedents of Workplace Deviant Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 12, 46-51.
- Ökmen, S., Elçi, M., Murat, G. ve Yılmaz, Y. (2018). The Impact of Authentic Leadership on Organizational Learning Capacity. *Journal of Global Strategic Management*, 12 (1), 57-66.

- Ötken,B. ve Beşer, H.S.G. (2017). The Effect of Authentic Leadership on Organizational Learning Providing Organization The Ability to Adapt Quickly and Conveniently To Changing Circumstances. *Press Academia Procedia*, 3(1), 457 – 471.
- Pan, S. L. and Scarbrough, H., (1999). Knowledge Management in Practice: An Exploratory Case Study. *Tech. Anal. Strat. Manag.* 11 (3), 359–374.
- Paul,A. K. and Anantharaman, R. N. (2004). Influence of HRM practices on Organizational Commitment: A Study Among Software Professionals in India. *Human Resource Development Quarterly*, 15(1), 77-88.
- Popper, M. and Lipshitz, R. (2000). Organizational Learning Mechanisms, Culture, and Feasibilit. *Management Learning*, 31(2), 181-196.
- Puffer, M.S. (1987). Prosocial Behavior, Noncompliant Behavior, and Work Performance Among Commission Salespeople. *Journal of Applied Psychology*, 72( 4), 615-621.
- Pulay, G. (2014). Preventing Corruption by Strengthening Organisational Integrity. *Public Finance Quarterly*, 59(2), 133-149.
- Rafiee, M., Hoveida, R. and Rajaeipoor, S. (2015). The Relationship of the Deviant Workplace Behavior with the Organizational Justice and Staff Development in the Universities of Tehran. *International Journal of Human Resource Studies*, 5(1), 126-140.
- Rijal, S. (2016). The Influence of Transformational Leadership and Organizational Culture on Learning Organization: A Comparative Analysis Of The It Sector. *J. Admin. Bus. Stud.* 2 (3), 121–129.
- Robinson, S. L. and Bennet, R. J. (1995). A Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572
- Robinson, S. L.,ve O'Leary-Kelly, A. M. (1998). Monkey See, Monkey Do: The Influence of Work Groups on The Antisocial Behavior of Employees. *Academy of Management Journal*, 41(6), 658-672.
- Robinson,S.L. and Greenberg, J. (1998). Employees Behaving Badly: Dimensions, Determinants and Dilemmas in the Study of Workplace Behaviours. In C. L. Cooper & D. M. Rousseau (Eds.), *Trends in Organizational Behavior* (pp. 1-30). New York: John Wiley & Sons.
- Rose,R., Kumar, N. and Pak, O.G. (2009). The Effect Of Organizational Learning On Organizational Commitment, Job Satisfaction And Work Performance. *The Journal Of Applied Business Research*, 25 (6), 55-66.
- Sallitepe, H. (2017). The Effect of Authentic Leadership on Organizational Learning Providing Organization The Ability to Adapt Quickly and Conveniently to Changing Circumstances. Unpublished Master Thesis, Yeditepe University Institute Of Social Sciences, İstanbul.
- Saruhan, Ş.C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. Beta Yayınları. İstanbul.
- Schneider, B. E. (1991). Put Up and Shut Up: Workplace Sexual Assaults. *Gender & Society*, 5(4), 533-548.
- Schein, E.H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Shuck, B. and Wollard, K. (2010). Employee Engagement and HRD: A Seminal Review of the Foundations. *Human Resource Development Review*, 9, 89-110.
- Schwandt, D. R. and Marquardt, M. J. (2000). *Organizational Learning From World-Class Theories to Global Best Practices*, CRC Press LLC, Florida.
- Shahid, B. and Ahmad, I. (2016). The Impact of Organizational Learning on Organizational Corruption and the Deviant Workplace Behavior: The Case Study of Public Sector Organizations in Pakistan. *NUML International Journal of Business & Management* 11(2), 50-67.
- Shamir, B. and Eilam, G. (2005). What's Your Story? A Life-Stories Approach to Authentic Leadership Development. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 395- 417.
- Sobel, M.E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*, 13, 290-321.
- Sorakraikitikul, M. and Siengthai, S. (2014). Organizational learning culture and workplace spirituality Is knowledge-sharing behaviour a missing link? *The Learning Organization*, 21(3), 175-19.

- Somech, A. and Drach-Zahavy, A. (2004). Exploring Organizational Citizenship Behaviour from An Organizational Perspective: The Relationship Between Organizational Learning and Organizational Citizenship Behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 281–298
- Spector, P.E. and Fox, S. (2005). A Model of Counterproductive Work Behavior. (Eds, Fox, S. ve Spector, P.E. ) *Counterproductive Workplace Behavior: Investigations of Actors and Targets*, APA, Washington, DC.
- Spitzek, H., (2009). Organisational Structures and Processes. The Development of Governance Structures for Corporate Responsibility. *Corporate Governance*. 9 (4).
- Svensson, G. and Wood, G. (2004). Corporate Ethics and Trust in Intra-Corporate Relationships: An in-Depth and Longitudinal Case Description. *Employee Relations*, 26 (3), 320-336.
- Tabak, A., Polat, M., Coşar, S. ve Türköz, T. (2012). Otantik Liderlik Ölçeği:Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışması. "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 14 (4), 89-106.
- Tabak, A., Polat, M., Coşar, S. ve Türköz, T. (2013). A Research on the Consequences of Authentic Leadership. *Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*, 27( 2), 65-88.
- Tütüncü, Ö., Küçükusta, D., Kiremitçi, İ., Dalmiş, K.A., Tekin, F.A., Yazgan, M., Şen, A., Bozalan, E., (2008). Hastanelerde Örgütsel Sapma Davranışının Analizi, 5. Ulusal Sağlık Kuruluşları Yönetimi Kongresi, Muğla.
- TOBB (2008). Türkiye İlaç Sanayi Sektör Raporu.
- Vardi Y. and Wiener, Y. (1996). Misbehavior in organizations: a motivational framework. *Organization Science*, 7(2), 151-165.
- Verbos, A., Gerard, J., Forshey, P., Harding, C., and Miller, J. (2007). The Positive Ethical Organization: Enacting A Living Code of Ethics and Ethical Organizational Identity. *Journal of Business Ethics*, 76(1),17-33.
- Walumbwa, F.O., Luthans, F., Avey, J.B. ve Oke, A. (2011). Authentically Leading Groups: The Mediating Role of Collective Psychological Capital and Trust. *Journal of Organizational Behavior*, 31 (1), 4-24.
- Wang, X. (2007). Learning, Job Satisfaction and Commitment: An Empirical Study of Organizations in China. *Chinese Management Studies*, 1(3), 167-179.
- Watkins, K. E. and Marsick, V. J. (1993). *Sculpting the Learning Organization: Lessons in The Art and Science of Systemic Change*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Watkins, K. E. and Marsick, V. J. (1996). *In action: Creating the learning organization*. Alexandria, VA: American Society for Training and Development.
- Word, J. (2012). Engaging Work As a Calling: Examining The Link Between Spirituality and Job İnvolvement. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 9(2), 147-166.
- Wu, F. and Cavusgil, S. T. (2006). Organizational Learning, Journal of Business Commitment, And Joint Value Creation in Interfirm Relationship. *Research*, 59(1), 81-89.
- Yaşbay, H. (2011). Otantik Liderlik ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 46, Özel Sayı 2017, 74-85.
- Yeo, R.K. (2005). Revisiting the Roots of Learning Organization: A Synthesis of The Learning Organization Literature, *The Learning Organization*, 12 (4), 368-382.
- Zagoršek, H., Dimovski, V. and Škerlavaj, M. (2009). Transactional and Transformational Leadership Impacts on Organizational Learning. *Journal for East European Management Studies*, 14(2), 145-165.

**Citation:** Uyar K. (2019), Perakende Terapi, BMIJ, (2019), 7(1): 496-513 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1013>

## PERAKENDE TERAPİ

Kumru UYAR<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 28/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 20/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Bu çalışmanın öncelikli amacı, Türkçe literatürde yeni olan terapi tüketimi kavramının tanımlanmasıdır. Bir diğer amacı ise, kişilik özelliklerine göre perakende terapinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Türkçe literatürde perakende terapisi ile ilgili yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmada kişilik özellikleri 5 faktör kişilik özellikleri temel alınarak incelenmiştir. Araştırma kolayda örnekleme yöntemi ile yapılmış ve 386 katılımcıdan veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada veri toplama araçları olarak Terapi tüketim Ölçeği ve Beş Faktör Kişilik Ölçeği geçmiş çalışmalarından uyarlanarak kullanılmıştır. Toplanan veriler SPSS 22 paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre nevrotik ve dürüst kişilik özelliklerine göre perakende terapinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre nevrotik ve dürüst kişilik özellikleri fazla olan bireylerin perakende terapiyi daha olumlu algıladıkları söylenebilir. Diğer kişilik özelliklerinde ise perakende tüketim açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Araştırmanın Türkçe literatüre yeni bir kavram kazandırması ve gelecekte yapılacak başka çalışmalarla konunun zenginleşmesi beklenmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Perakende Terapi, Telafti Edici Tüketim, Duygu Durum Düzenleyici Tüketim, Beş Faktör Kişilik

**JEL Kodları:** M10, M30, M31

## RETAIL THERAPY

### ABSTRACT

*The primary objective of this study is to define the concept of the therapy study which is new in Turkish literature. Another aim of the study is to reveal whether or not retail therapy differs in personality characteristics. In the Turkish literature, no studies on retail therapy have been found. The personality traits of the study were determined based on the 5 factor personality traits. The research was carried out by simple random sampling method and data from 386 participants were collected by face to face survey method. In this study, the Therapy Consumption Scale and the Five Factor Personality Scale were used as data collection tools. The collected data were analyzed with SPSS 22 package program. According to the findings, it was determined that retail therapy differed according to neurotic and honest personality traits. According to these results, it can be said that individuals who have more neurotic and honest personality traits perceive more positively against retail therapy. In the other personality traits, no statistical difference was found in terms of retail consumption. It is expected that the study will gain a new concept in Turkish literature and the subject will be enriched with other studies in the future.*

**Keywords:** Retail Therapy, Compensatory Consumption, Emotional Regulation Consumption, Five Factor Personality

**JEL Codes:** M10, M30, M31

<sup>1</sup> Dr.Öğr. Üyesi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, [kumruuyar@hotmail.com](mailto:kumruuyar@hotmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-2604-5317>

## 1. GİRİŞ

İnsanların davranışlarını ve eylemlerini belirlemede duyguların hayati bir rolü vardır. Son yıllarda, pazarlama akademisyenleri, duyguların tüketim davranışında da son derece etkili olduğunu vurgulamaktadırlar. Tüketici duyguları alışverişle yakından ilişkilidir. Günümüzde tüketim, Özcan'ın da (2007, s.263) belirttiği gibi, insanları gündelik sorunlarından uzaklaştıran, adeta ruhsal ve zihinsel bir terapi ortamı sağlamaktadır. Alışveriş deneyimleri artık sadece bir ürün satın almakla ilgili değildir. Çağdaş tüketim tarzında, tüketiciler olumsuz ruh hallerini hafifletmek için sıklıkla alışveriş yapmaktadırlar (Ko, Chun, Song & Mattila, 2015, s.40). Türkçe literatürde perakende terapisi ile ilgili yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Uluslararası literatürde ise birkaç çalışmada konu ele alınmıştır. Ancak hiçbir çalışmada perakende terapisi kişilik ile birarada incelenmemiştir. Tüketici davranışlarında etkili konulardan bir diğeri de kişiliktir. Kişilik tüketici davranışı ile ilgili pek çok konuda etkilidir. Bu çalışmada, katılımcıların kişilik özellikleri Costa ve McCrae (1985) tarafından geliştirilen ve kişiliği açıklamada yaygın olarak ele alınan, Büyük Beş Faktör Modeline göre tanımlanmaktadır. Bu modele göre kişilik faktörleri; dışa dönüklük, duygusal dengesizlik, yumuşak başlılık, dürüstlük ve deneyime açıklık olarak birçok çalışmada doğrulanmıştır. Gökdeniz, Durukan ve Bozacı, (2012)'nin belirttiği gibi Beş faktör kişilik ölçeğinin birçok farklı ülke ve kültürde güvenilir şekilde uygulanması (Kanada, Çin, Çek Cumhuriyeti, Almanya, Yunanistan, Finlandiya, Hindistan, Japonya, Kore, Filipinler, Polonya ve Türkiye) bu birkaç değişkenin insan kişiliğinin önemli bileşenleri olduğu görüşünü desteklemektedir.

Çalışmada izlenen yol şu şekildedir. Bu kısa giriş bölümünden sonra, terapi tüketimi kavramı ve beş faktör kişilik modeli tartışılmaktadır. Sonrasında ise araştırmanın hipotezleri sunulmaktadır. Üçüncü bölümde, araştırmanın metodolojisine ve uygulamaya yer verilmektedir. Son bölümde ise araştırmanın sonuçları tartışılmakta ve araştırmanın kısıtları doğrultusunda bu alandaki akademisyen ve araştırmacılara gelecek çalışmaları için önerilerde bulunmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmanın temel değişkeni olan perakende terapi kavramı ile çalışmada kullanılan beş faktör kişilik modeli açıklanmaktadır.

## **2.1. Perakende Terapi**

Tüketiciler alışveriş faaliyeti sonucu kendilerini mutlu hissedebilirler ve alışveriş ortamının olumsuz yönlerini görmezden gelebilirler. Perakende terapisi tüketicilerin kendilerini daha iyi hissetmek için yaptıkları alışverişlerdir. Benzer şekilde Rath (2010) perakendecilik terapisini, alışverişin hemen ardından bir kişinin kendini daha iyi hissetmesini sağlamak için yürütülen stratejik bir çaba olarak tanımlamaktadır. Tüketiciler alışveriş, sorunlarından kaçmanın, stresle başedebilmenin veya olumsuz ruh halini düzeltmenin bir yolu olarak görebilirler. Babin, Darden ve Griffin'nin (1994) çalışmalarında belirttikleri gibi tüketiciler alışveriş kendi kendini tatmin edici ve terapötik bir faaliyet olarak kabul edebilirler. Tüketim, gerçek dünyayla başa çıkmak için geliştirilen, kurumsallaşmış bir toplumsal savunma stratejisi olarak görülebilir; bireyler tüketim yoluyla, dünyayla kurdukları ilişkilerden kaynaklanan kaygı ve korkulardan sakınabilmek; bu tehditleri tecrit edebilirler (Robins, 1999, s.179). Jamal, Davies, Chudry ve Al-Marri, (2006) benzer şekilde, tüketicilerin alışveriş, günlük hayatlarının rutinlerini unutabilecekleri alternatif bir aktivite olarak algıladıklarını vurgulamaktadırlar. Gardner ve Rook (1988) çalışmalarında alışverişin psikolojik yararlar sağlayabileceğine dair bazı kanıtlar bulmuşlardır. Faber ve Christenson (1996) günlük araştırmaları sonucunda insanların alışveriş yaparken, alışverişe çıkmadan hemen öncesine göre daha az üzgün olduklarını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Atalay ve Meloy'un (2011) yürüttükleri günlük çalışmada, katılımcıların çoğu ruh halini düzeltme motivasyonu ile yaptıkları alımlarında olumlu duygular bildirmişlerdir.

Rick, Pereira ve Burson (2014) yürüttükleri deneysel çalışmada, perakende terapisinin tüketiciler tarafından başlangıçta, borçlanmayı arttırması, israfa sebep olması, etkisiz ve saçma bulunması gibi sebeplerle, olumsuz algılandığını belirtmişlerdir. Ancak, çalışmanın sonunda alışverişin, insanın çevresi üzerindeki kişisel kontrol hissini geri kazanmasına ve üzüntüyü azaltmasına yardımcı olabileceğini öne sürmüşlerdir.

Terapi tüketimi üzerinde çok az ampirik çalışma yapılmıştır. Mevcut terapi tüketimi çalışmalarında, araştırmacıların çoğu kalitatif yaklaşımlar kullanmış ve görüşmelerle veri toplamıştır (Kacen, 1998; Kang & Johnson, 2010). Sadece sınırlı sayıda çalışmada (Yurchisin, Yan, Watchravesringkan & Chen, 2008; Kang & Johnson, 2011) araştırmacılar terapi tüketim davranışları için bir ölçek geliştirmeye çalışmışlardır. Ancak, Yurchisin vd. (2008) çalışmalarında ölçeğin geçerliliği ve madde üretim tekniği ile ilgili bilgi vermemişlerdir.

Literatürde, perakende terapi kavramı, teorik olarak farklı davranışları açıklamak için kullanılarak iki temel bakış açısı ile incelenmektedir: Bunlardan ilki duygu durum düzenleyici tüketim (Babin vd., 1994; Kacen, 1998; Kacen & Friese, 1999; Luomala, Kumar, Worm & Singh, 2004; Yurchisin vd., 2008; Kang & Johnson, 2010; 2011; Kemp & Kopp, 2011; Atalay & Meloy, 2011; Rick vd., 2014) ve ikincisi ise telafi edici tüketimdir (Woodruffe-Burton, 1997; 1998; Woodruffe-Burton & Elliott, 2005; Yurchisin vd., 2008; Rucker & Galinsky, 2008; Sivanathan & Pettit, 2010; Kim & Rucker, 2012; Kim & Gal, 2014; Mandel, Rucker, Levav & Galinsky, 2017).

Kang, Kim ve Johnson'ın (2011) vurguladığı gibi, her iki yaklaşım da terapi alışverişini anlamak için kullanılmış olsa da, telafi edici tüketim, ruh hali düzenleyici tüketimden daha fazla davranış içeren daha geniş bir yapı gibi görünmektedir, çünkü psikolojik eksiklikler sadece olumsuz ruh halini değil, doğrudan olumsuz ruh halleriyle ilgili olmayan diğer eksiklikleri de içermektedir (örneğin, genel özgüven eksikliği ve kendini gerçekleştirme). Bu nedenle, bu çalışmada, terapi tüketimini tanımlarken duygu durum düzenleyici tüketim boyutu temel alınmaktadır.

### **2.1.1. Telafi Edici Tüketim**

Bazı araştırmacılar perakende terapiyi tüketicinin, benlik kavramını korumak ve düşük benlik saygısı veya algılanan güç kaybı gibi algılanan psiko-sosyal eksiklikleri telafi etmek için yapılan tüketim olarak tanımlamaktadırlar (Sivanathan & Pettit, 2010; Woodruffe-Burton, 1997; Woodruffe-Burton & Elliott, 2005). Tüketiciler yaşamlarında tatmin edemedikleri bir ihtiyaç ya da arzu hissettiklerinde, algılanan eksikliği veya yoksunluğu telafi etmek için alışverişi stratejik bir “destek” olarak kullandıklarında bu davranış telafi edici tüketimdir (Woodruffe-Burton, 1998; Woodruffe-Burton, Eccless, & Elliott, 2002). Yani, telafi edici tüketimde, algılanan psiko-sosyal eksiklikler alışveriş ve satın alma ile telafi edilmeye çalışılır (Ko vd., 2015). Telafi edici tüketim, genellikle bireyler özgüven eksikliği yaşadıklarında ve olumsuz duygusal durumda olduklarında ortaya çıkmaktadır (Kacen & Friese 1999; Woodruffe-Burton 1998). Yurchisin vd., (2008) olumsuz duygusal durumun telafi edici tüketim davranışlarıyla ilişkili ve benlik saygısı sorunlarının, katılımcıların telafi edici tüketim davranışı üzerinde daha fazla etkili olduğunu belirtmişlerdir. Telafi edici tüketim ile sarsılmış olan benlik saygısı onarılmaya çalışılır. Benzer şekilde Uyar ve Lekesizcan (2017) çalışmalarında benlik imajının tüketim üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bireyler benlik imajları ile yaşamları örtüşmediğinde aradaki farkı telafi etmeye çalışmaktadırlar. Morin (2015) başarısız öğrencilerin başarıyı temsil eden lüks marka



saat ve çanta gibi ürünleri daha fazla tercih ettiğini, işinde terfi fırsatını kaçıran çalışanın lüks marka kıyafetler alarak kendisini başarılı hissetmeye çalıştığını vurgulamaktadır. Çalışmada ayrıca bu ürünlerin, kullanım sırasında bireylere başarısızlığı hatırlatarak, olumsuz bir etki yaratabileceğinden de bahsedilmektedir. Sonuç olarak, psikolojik yetersizlikler yaşayan bireyler, algıladıkları bu eksiklikleri telafi etmek için alışveriş yapabilirler. Aynı zamanda bu bireyler yaşadıkları bu tarz psikolojik zayıflıklar sebebiyle pazarlama çabalarına karşı daha savunmasız bir hal alabilirler.

### **2.1.2. Duygu Durum Düzenleyici Tüketim**

Duygu düzenleme modelleri insanların sürekli olarak olumlu duyguları sürdürmeye ve olumsuz duygu durumlarını onarmaya çalıştıklarını varsaymaktadır (Andrade, 2005). Duygudurum düzenleyici tüketim ise, alışveriş ile olumsuz duygu durumlarını hafifletmek anlamına gelmektedir (Kacen, 1998). Stres, sıkıntı, mutsuzluk, hayalkırıklığı gibi olumsuz duygu durumundaki kimi bireyler rahatlamak için yemek yer, alkol kullanır, bağımlılık yaratıcı maddelere yönelirler. Bazı tüketiciler ise rahatlamak için alışverişe yönelebilirler. Alışveriş ile o anda kendilerini daha rahat ve mutlu hissederek kısa süreli de olsa sorunlarından uzaklaşabilirler. Lonsdale (1994, s.1) bu amaçla yapılan alışverişte satın alınan asıl ürünün insan ruhunu çok hızlı bir biçimde rahatlatılabildiğini vurgulamaktadır. Bireyler farklı, terapatik alışveriş deneyimlerine katılarak duygusal durumlarını düzenleyebilirler (Krishen, Bui & Peter, 2010). Duygu durum düzenleme stratejileri, alışveriş davranışlarıyla yakından ilişkilidir (Weinberg & Gottwald, 1982; Thayer, Newman, McClain,1994).

Kang ve Johnson (2010) tüketicilerin terapi alışverişi sırasında dürtüsel satın alma gerçekleştirebildiklerini belirtmişlerdir. Rook ve Gardner bu tür davranışı; “terapatik ruh hali değişikliği taktiği” olarak adlandırmışlardır (1993, s.19). Luomala (1998), olumsuz ruh hallerinin tüketime bağlı faaliyetler yoluyla düzenlemesinin tüketicilerin yaşamlarının önemli bir parçası olduğunu ve tüketicilerin kendi kendilerine hediye vererek duygu durumlarını düzenlemeye çalıştıklarını tespit etmiştir (Luomala 1998, s.109). Atalay ve Meloy’da (2006) çalışmalarında bireylerin sadece kutlamalar için değil duygu durumlarını düzeltmek için de kendi kendilerine hediye verebildiğini belirtmiştir. Hatta bireylerin kendilerine aldıkları hediyelerin büyük bir kısmının duygu durumlarını düzenlemek için alındığını vurgulamışlardır. Çalışmalar kendine hediye davranışı ve telafi edici tüketimin, tüketicinin ruh halini düzenlemek için bir araç olarak kullanılabileceğini göstermiştir (Mick, DeMoss & Faber 1992; Woodruffe-Burton,1997; 1998).

Bui ve Kemp, (2013, s.158) perakende alışveriş terapisinin sadece geleneksel perakende satış biçimlerinde değil, aynı zamanda e-satışta da mevcut olabileceğini belirtmektedirler. Araştırmacılar, tüketicilerin gittikçe artan bir şekilde perakende satış terapisini sanal ortamlarda, evlerinin mahremiyetinde olumlu duygusal alışveriş deneyimleri oluşturmak için kullandıklarını da vurgulamaktadırlar. Underhill (1999) kadınların özellikle alışverişi perakende terapisi olarak kullandıklarını ve sıradan hayattan “kaçış” için alışveriş yapmaktan büyük zevk aldıklarını tespit etmiştir.

Atalay ve Meloy (2011), tüketicilerin perakende satış terapisi sırasında, genellikle normalde satın almadıkları, yüksek fiyatlı ve moda uygun giyim eşyalarını satın aldıklarını tespit etmişlerdir. Bunu destekler şekilde Son ve Chang, (2016) ürünlerin fiyatının perakende terapisi üzerinde etkisi olmadığını tespit etmiştir.

## **2.2. Kişilik ve Beş Faktör Kişilik Modeli**

Kişilik, yıllardan beri sosyal bilimler alanında pek çok disiplin tarafından farklı yönleriyle ele alınmıştır. Bu araştırmalarda her disiplin kendi bakış açısıyla “insanların birbirinden neden farklı oldukları”, “aynı durumlar karşısında her insanın niçin farklı tepkiler gösterdiği” sorularına cevap aramıştır. Atkinson, Atkinson ve Hilgard (1995), kişiliği, bireyin fiziksel ve sosyal ortamla etkileşim şeklini ortaya koyan, düşünce, duygu ve davranışın ayırt edici ve karakteristik özellikleri şeklinde tanımlamışlardır. Kişilik kendine özgü ve ahenkli bir bütündür. Kişilik terimi, bireyi diğer bireylerden ayıran, onu eşsiz kılan ve bireyin ilerdeki davranışlarına yönelik tahminlerimizin dayanağını oluşturan, göreceli olarak değişmez özelliklerini belirtmektedir (Yanbastı, 1991). Kişilik, bir bireyi diğerlerinden ayıran, duygu, düşünce, davranış ve tutumlarının bütünüdür (Köknel, 2005, s.19). Kişiliğin gelişmesinde insanın doğuştan getirdiği kalıtsal özelliklerle birlikte çevre faktörleri de etkilidir.

Kişiliği tanımlamada ve ölçmede çok farklı yaklaşımlar vardır. Uzun yıllar araştırmacılar kişiliği evrensel düzeyde sınıflandırabilecek bir model aramışlardır. Bu çalışmalar sonucunda elde edilen birbiriyle bağlantılı bulgular sonrasında, daha önceki sınıflandırmaların çoğunu açıklayan ve insan davranışlarını tanımlayabilen beş temel kişilik boyutu kabul görmüştür (Digman, 1990; John, 1990; McCrae & John, 1992; Goldberg, 1993; Block, 1995). Kişilik literatüründe, Beş Faktör Kişilik Modeli (Büyük Beş Kişilik Modeli), küresel kişilik özelliklerinin önemli bir sınıflandırma şekli olarak ortaya çıkmıştır. Somer, Korkmaz ve Tatar, (2002) bu modeli Türkiye’ye uyarlayarak Beş Faktör Kişilik Envanterini (5FKE) geliştirmişlerdir. McCrae ve Costa, (1983-1985) çalışmalarının sonucunda kişiliğin

beş boyutlu olduğunu ortaya koymuşlardır. Kişilikle ilgili beş faktör ve özellikleri şu şekildedir:

**Duygusal dengesizlik (nevrotiklik):** Korku, üzüntü, utanç, öfke, suçluluk ve öğrenme gibi olumsuz duyguları yaşama eğilimidir (Costa & McCrae, 1992, s.15). Nevrotikliği yüksek kişiler, depresif, kaygılı, sabırsız, hüzünlü, güvensiz, gergin, sıklıkla duygusal iniş çıkışlar yaşayan, tedirgin, huzursuz, içine kapanık ve sinirli kişilerdir (Benet-Martinez & John, 1998; Somer vd., 2002; Bacanlı, İlhan & Aslan, 2009; Basım, Çetin & Tabak, 2009). Mooradian ve Olver (1996) nevrotikliğin, kendini tatmin etme ve duygu durum yönetimi ile bağlantılı alışveriş motivasyonlarıyla ilgili olması gerektiğini belirtmişlerdir.

**Dışa dönüklük:** Dışa dönük kişiler sosyal bireylerdir, insanları, eğlenceyi, büyük grupları ve toplantıları severler. Aynı zamanda, hırslı, aktif ve konuşkanlardır (Costa & McCrae, 1992, s.16; Somer vd., 2002, s.23). Bu boyutun iki önemli bileşeni hırs/tutku ve arkadaş canlısı olma özelliğidir (Barrick & Mount, 1991).

**Deneyime açıklık:** Deneyime açıklık, düşünceler ve fikirler, deneyimler, duygular ve sanat da dahil olmak üzere, yaşamın her yönüne yaygın bir merak ve ilgiyi ifade eder (Costa & McCrae, 1992, s.15). Bazı modellerde bu boyut akıl olarak tanımlanmaktadır (Goldberg, 1993). Deneyime açık kişilerin temel özellikleri yaratıcılık, bağımsızlık, duyarlı olmak, analitik düşünmek, meraklılık, farklı görüşlere açık olmak, geleneksel olmamak, güçlü hayal gücü, cesaret ve değişikliği sevmektir (Costa & McCrae, 1992; Somer vd., 2002, Basım vd., 2009; Doğan, 2012). Bu tarz bireyler için alışverişte kendi kendini tatmin etme önemlidir (Mooradian & Olver, 1996).

**Yumuşak başlılık (geçimlilik):** Yumuşak başlı kişiler genellikle başkalarını düşünen bireylerdir. Başkalarına karşı anlayışlı ve yardım etmeye isteklidirler. Aynı şekilde diğerlerinin de onlara yardıma etmeye istekli olacağına inanırlar. Bu boyutu oluşturan kişilerin özellikleri arasında alçak gönüllü, samimi, yardımsever, bağışlayıcı, anlayışlı, nazik, hoşgörülü, saygılı ve esnek olma gibi özellikler sıralanabilir (Costa & McCrae, 1992; Somer vd., 2002, Basım vd., 2009) .

**Dürüstlük:** Dürüst bireyler, amaçları olan kararlı, titiz, dakik, güvenilir, başarılı olmaya eğilimli ve azimli bireylerdir (Costa & McCrae, 1992, s.16). Planlama, organize etme ve görevleri yerine getirme güçleri yüksektir.

### 2.3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu çalışmanın temel amacı perakende terapi kavramını tanımlayarak Türkçe literatüre katkıda bulunmaktır. Bir diğer amacı ise, belirlenen kişilik özelliklerinin farklı seviyelerine göre perakende terapi düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir. Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur.

*H<sub>1</sub>: Kişilerin nevroz düzeylerine göre perakende terapi düzeyleri farklılık gösterir.*

*H<sub>2</sub>: Kişilerin dışadönüklük düzeylerine göre perakende terapi düzeyleri farklılık gösterir.*

*H<sub>3</sub>: Kişilerin deneyime açıklık düzeylerine göre perakende terapi düzeyleri farklılık gösterir.*

*H<sub>4</sub>: Kişilerin yumuşak başlılık düzeylerine göre perakende terapi düzeyleri farklılık gösterir.*

*H<sub>5</sub>: Kişilerin dürüstlük düzeylerine göre perakende terapi düzeyleri farklılık gösterir.*

## 3. YÖNTEM VE BULGULAR

### 3.1. Örneklem ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın amacı; tüketici kişiliği açısından terapi tüketiminin farklılık gösterip göstermediğini araştırmaktır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda hazırlanan anket formu yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini, Kayseri il merkezindeki tüketiciler oluşturmaktadır. Örneklem sayısı Yazıcı ve Erdoğan (2004) örneklem büyüklükleri tablosuna göre belirlenmiştir. Örneklem tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan, kolayda örnekleme yönetimi ile seçilen, 386 tüketiciden oluşmaktadır. Kolayda örneklemede veriler, ana kütlede kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanabilmektedir (Zikmund, 1997, s.428). Kolayda örnekleme yönteminin kullanılmış olması nedeniyle, çalışmanın bulgularının genellenmesinde dikkatli olunmasının hatırlatılmasında yarar vardır.

### 3.2. Veri Toplama Araçları

Çalışmada geliştirilen anket formu, literatürde uygulanmış ve geçerlik ve güvenilirlikleri test edilmiş ölçeklerden yararlanılarak uyarlanmıştır. Kullanılan ölçekler yabancı çalışmalardan Türkçeye çevrilerek elde edilmiştir. Bu sebeple veri toplamaya başlamadan önce bir pilot çalışma ile ölçeklerin muhtemel eksiklikleri giderilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada kolayda örnekleme yolu ile seçilen 50 kişiye anket uygulanmıştır. Pilot çalışma sonrasında anket formu tüketicilerin net olarak anlayabileceği şekilde tekrardan revize edilmiştir. Anketlerin eksiksiz cevaplanması için katılımcılara gerekli açıklamalar yapılmıştır. Anketler incelenmiş, analize uygun olmayan eksik, tutarsız ve hatalı olduğu tespit edilen veriler ayıklanmıştır. Bu işlemler sonucunda toplam kullanılabilir anket sayısı 356 adet

olmuştur. Çalışma, tanımsal bir araştırma olup veriler SPSS 22 paket programı ile analiz edilmiştir.

Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölümde perakende terapi (22 ifade) ve kişilik özelliklerini (25 ifade) tespit etmeye yönelik toplam 47 adet ifade yer almaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenler ve bu değişkenlerin ölçülmesinde kullanılan ifadeler, hazırlanırken literatür çalışması yapılmış ve daha önce literatürde yapılan çalışmalarda geçerliliği test edilmiş ölçekler kullanılmıştır. Perakende terapi ölçeği Kang ve Johnson, (2011); Beş faktör kişilik ölçeği ise Yoo ve Gretzel, (2011) çalışmalarından uyarlanmıştır. Bu çalışmada 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Anketin son bölümünde ise demografik özellikleri tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır.

Ölçeklere ait iç tutarlılık anlamında güvenilirlik, Cronbach’s alfa katsayısı kullanılarak test edilmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 1’de güvenilirlik sonuçları ve ölçeklerin kaynakları yer almaktadır.

**Tablo 1. Ölçeklerin İç Tutarlılık Güvenilirlik Sonuçları**

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach’s Alfa
<b>Perakende terapi ölçeği (22 madde, 4 faktör)</b>	22	,927
1. Faktör: Terapatik alışveriş motivasyonları	6	,914
2. Faktör: Terapatik alışveriş değeri Pozitif duygu takviyesi	6	,819
3. Faktör: Terapatik alışveriş değeri: Olumsuz duygudurum azaltma	5	,829
4. Faktör: Terapatik alışveriş sonucu	5	,831
<b>Nevrotiklik</b>	5	,868
<b>Dışadönüklük</b>	5	,723
<b>Deneyime Açıklık</b>	5	,874
<b>Yumuşak başlılık</b>	5	,718
<b>Dürüstlük</b>	5	,868

Kullanılan ölçeklerin Cronbach’s alfa değerleri 0,718-0,927 arasında olduğu için ölçekler yüksek derecede güvenilirdir. Nunnally (1978) Cronbach’s alpha değerinin 0,70 ve üstü olmasının ölçeğin güvenilirliği açısından yeterli olduğunu tespit etmiştir. Bu güvenilirlik katsayısı ölçeği oluşturan maddeler arasında yüksek düzeyde bir iç tutarlılık olduğunu ifade etmektedir.

### **3.3. Bulgular**

Çalışmadan elde edilen veriler SPSS 22 paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Örneklemin demografik yapısı incelendiğinde, Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların % 54,8’i kadın ve % 45,2’si erkek, % 52,5’i üniversite mezunu, % 62,8’i evli, % 35’7’si 18-28 yaş aralığında ve % 26,8’i 3501-6500 gelir grubundadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Frekans (n =356)	%		Frekans (n =356)	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yaş</b>		
Kadın	195	54,8	18-28	127	35,7
Erkek	161	45,2	29-38	98	27,5
<b>Öğrenim Durumu</b>			39-48	92	18,4
İlköğretim	17	4,8	49 ve ↑	59	16,6
Lise –Dengi	119	33,4	<b>Gelir</b>		
Üniversite	187	52,5	1500 ve ↓	24	7,1
YLS-Doktora	33	9,3	1501-2500	67	19,9
<b>Medeni Durum</b>			2501-3500	83	24,7
Evli	314	62,8	3501-6500	90	26,8
Bekar	186	37,2	6501-10000	62	18,5
			10000 ve ↑	10	3

Katılımcılardan ölçeklerde yer alan ifadeleri değerlendirmeleri istenmiştir. Değerlendirmeler ile ilgili ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3 ve 4’te yer almaktadır.

**Tablo 3.** Tüketicinin Perakende Terapi ile İlgili İfadelere Katılımına İlişkin Göstergeler

Ölçekler	Ortalama	Std. sapma
<b>1. Faktör: Terapatik alışveriş motivasyonları</b>	<b>3,20</b>	
Stresimi azaltmak için alışveriş yaparım.	3,31	1,327
Kendimi neşelendirmek için alışveriş yaparım.	3,36	1,241
Kendimi daha iyi hissetmek için alışveriş yaparım.	3,31	1,275
Kötü bir günü telafi etmek için alışveriş yaparım.	2,90	1,236
Rahatlamak için alışveriş yaparım.	3,13	1,207
İyi hissetmek için alışveriş yaparım.	3,20	1,205
<b>2. Faktör: Terapatik alışveriş değeri: Pozitif duygu takviyesi</b>	<b>3,19</b>	
Alışveriş, olumlu bir dikkat dağıtıcıdır.	3,27	1,225
Alışveriş bana başarı hissi verir.	2,57	1,152
Alışverişteki görsel uyarılardan hoşlanırım.	3,46	1,137
Alışveriş bana yeni stiller hakkında bilgi sağlıyor.	3,52	1,148
Alışverişin sağladığı hoş ortamda bulunmaktan zevk alırım.	3,16	1,189
Büyük bir şey bulmak, kendimle ilgili olumlu duygularımı güçlendirir.	3,15	1,129
<b>3. Faktör: Terapatik alışveriş değeri: Negatif duygudurum azaltma</b>	<b>2,69</b>	
Alışveriş yalnızlıktan kaçmaktır.	2,31	1,157
Alışveriş, stresli ortamlardan kurtulmanın bir yoludur.	2,79	1,193
Alışveriş yapmak, beni rahatsız eden şeyleri aklımdan çıkarmanın bir yoludur.	3,05	1,217
Yeni bir şey için alışveriş yapmak boşluk duygusunu doldurur.	2,86	1,179
Alışveriş, başka şeyler kontrol dışı kaldığında, işleri kontrol etmenin bir yoludur.	2,42	1,103
<b>4. Faktör: Terapatik alışveriş sonucu</b>	<b>3,10</b>	
Moralimi düzeltmek için alışveriş etkilidir.	3,08	1,169
Kendimi daha iyi hissetmek için yaptığım alışverişten sonra, en azından günün geri kalanı için en iyi hisler oluşur.	3,14	1,131
Moralimi düzeltmek için yaptığım alışverişten sonra kendimi iyi hissederim.	3,18	1,119
Aldığım eşyaları moralimi düzeltmek için kullanırım.	3,28	1,133
Moralimi düzeltmek için yaptığım alışveriş sırasında aldığım eşyaları kullanırken, o alışveriş deneyimini hatırlarım.	2,84	1,155

Cevaplayıcıların perakende terapi faktörleri içinde en yüksek katılım gösterdikleri faktör terapatik alışveriş motivasyonlarıdır. Bu faktör içinde ise “Kendimi neşelendirmek için alışveriş yaparım” (3,36) ve “stresimi yenmek için alışveriş yaparım” (3,31) ifadelerine daha fazla katılım göstermişlerdir. Ancak “Kötü bir günü telafi etmek için alışveriş yaparım” (2,90) ifadesine katılmamaktadırlar. Cevaplayıcılar perakende terapi faktörleri içinde negatif duygudurum azaltma faktörüne katılmamaktadırlar (2,69). Bu faktör içinde ise en olumsuz değerlendirdikleri “Alışveriş yalnızlıktan kaçmaktır” (2,31) ifadesidir.

**Tablo 4.** Tüketicinin Kişilik Boyutlarıyla İlgili İfadelere Katılımına İlişkin Göstergeler

Ölçekler	Ortalama	Standart sapma
<b>Nevrotiklik</b>	<b>3,19</b>	
Kolay strese girerim	3,30	1,262
Endişeli biriyimdir.	3,20	1,265
En kötüsünden korkarım.	3,10	1,256
Şüphelibiriyimdir.	3,34	1,232
Kolayca panik yaparım.	2,99	1,267
<b>Dışa dönüklük</b>	<b>3,32</b>	
Arkadaş toplantılarında birçok farklı insanla sohbet ederim	3,79	1,059
Etrafımda insanlar varken rahatımdır.	3,44	,980
Sohbetleri hep ben başlatırım.	3,09	,845
Kolay arkadaş edinirim.	3,52	,998
Dikkat çekmekten rahatsız olmam.	3,24	1,122
<b>Açık fikirlilik</b>	<b>3,91</b>	
Yeni fikirler beni heyecanlandırır.	3,94	,933
Herhangi bir şey hakkında düşünmekten hoşlanırım.	3,94	,922
Yeni fikirler duymaktan hoşlanırım.	3,97	,874
Daha derin bir anlam aramaktan hoşlanırım.	3,90	,963
Canlı bir hayal gücüm var.	3,80	1,028
<b>Yumuşak başlılık</b>	<b>3,51</b>	
Başkalarının duygularına sempati duyarım.	3,68	,958
Başkaları için endişelenirim.	3,58	1,003
Başkalarına saygı duyarım.	3,99	,937
Diğer insanların iyi niyetli olduğuna inanırım.	3,13	1,055
İnsanların bana söylediklerine güvenirim.	3,16	,951
<b>Dürüstlük</b>	<b>3,70</b>	
Planlarımı yerine getiririm.	3,66	,903
Detaylara dikkat ederim.	3,92	,987
Her zaman hazırım.	3,34	1,032
Yaptığım planlara sadık kalıyorum.	3,61	,961
Yaptığım işte dikkatliyimdir.	3,95	,960

Yukarıda yer alan tablo 4’te görüldüğü gibi cevaplayıcılar kendilerini en çok açık fikirli olarak tanımlamaktadırlar (3,91). İkinci sırada ise dürüstlük yer almaktadır (3,70).

Perakende terapi ve boyutları ile demografik değişkenler arasında istatistiki bakımdan anlamlı ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile araştırılmıştır. Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Bu analiz sonucu elde edilen değerler aşağıda Tablo 5’te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Perakende Terapi ile Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler

		Cinsiyet	Yaş	Gelir	Medeni Durum
Terapatik alışveriş motivasyonları	PearsonCorrelation	-,512**	-,076	-,072	-,018
	Sig. (2-tailed)	,000	,228	,294	,783
Terapatik alışveriş değeri: Pozitif duygu takviyesi	PearsonCorrelation	-,159*	-,109	,112**	,056
	Sig. (2-tailed)	,011	,083	,003	,395
Terapatik alışveriş değeri: Negatif duygudurum azaltma	PearsonCorrelation	-,065	-,073	,604**	,191
	Sig. (2-tailed)	,300	,245	,003	,071
Terapatik alışveriş sonucu	PearsonCorrelation	-,223**	-,087	,218*	,062
	Sig. (2-tailed)	,000	,165	,030	,449
Perakende terapi bütün	PearsonCorrelation	-,253**	-,100	,183*	,079
	Sig. (2-tailed)	,000	,112	,020	,227

\* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlı. Sig.(2-üçlü).

\*\* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlı. Sig.(2-üçlü).

Korelasyon analizinin sonucuna göre cevaplayıcıların demografik özelliklerinden medeni hal ve yaş ile bağımlı değişkenleri oluşturan perakende terapi ve boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ( $p > 0,05$ ). Ancak cinsiyet ile terapatik alışveriş motivasyonları ( $r = -,512$ ), pozitif duygu takviyesi ( $r = -,159$ ), terapatik alışveriş sonucu ( $r = -,223$ ) ve perakende terapi ( $r = -,253$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönde ilişki vardır. Demografik değişkenlerden gelir ile pozitif duygu takviyesi ( $r = ,112$ ), negatif duygu durum azaltma ( $r = ,604$ ), terapatik alışveriş sonucu ( $r = ,218$ ) ve perakende terapi ( $r = ,183$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönde ilişki vardır. Bu sonuçlara göre kadınların ve yüksek gelirlilerin bir bütün olarak perakende terapisini daha olumlu algıladıkları söylenebilir.

Kişilik özelliklerinin farklı seviyelerine göre perakende terapi düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılan t testi sonuçları Tablo 6'da görülmektedir.

**Tablo 6.** Perakende Terapisi ile Kişilik Boyutları Arasında t Testi Sonuçları

Kişilik Boyutları	Ortalama		Ortalamalar Farkı	t değeri	df	p
	Düşük	Yüksek				
Nevrotiklik	2,8916	3,2677	-,37605	-3,697**	254	,000
Dışadönüklük	2,9605	3,1505	-,19002	-1,853	254	,065
Deneyime Açıklık	3,0814	3,0378	,04366	,351	254	,726
Yumuşak başlılık	2,9936	3,0947	-,10111	-,983	254	,327
Dürüstlük	2,8496	3,1456	-,29610	-2,752**	254	,006

\*  $p < .05$ .\*\*  $p < .01$ .

Her bir kişilik özelliğinin farklı düzeylerinde perakende terapi düzeyinin karşılaştırılması amacıyla yapılan t testi sonucuna göre nevroitik ( $t_{0,01}: 254 = -3,697$ ) ve dürüst ( $t_{0,01}: 254 = -,29610$ ) kişilik özelliklerinin farklı seviyelerinde perakende terapi düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuçlara göre  $H_1$  ve  $H_5$  hipotezleri



kabul edilmektedir. Daha nevroitik özellikler gösteren kişilerin perakende terapi ortalamaları ( $\bar{x}=3,2677$ ) nevroitiklik seviyesi düşük kişilerin ortalamalarına ( $\bar{x}=2,8916$ ) göre daha yüksektir. Daha dürüst kişilerin perakende terapi ortalamaları ( $\bar{x}=3,1456$ ) dürüstlük seviyesi düşük kişilerden ( $\bar{x}=2,8496$ ) daha yüksektir. Ancak dışa dönük, deneyime açık ve yumuşak başlı kişilik özelliklerinin farklı seviyelerinde perakende terapi ortalamaları farklılık göstermemektedir ( $p > 0.05$ ). Bu sonuçlara göre  $H_2$ ,  $H_3$  ve  $H_4$  reddedilmektedir.

#### **4. SONUÇ**

Alışveriş bireyler için toplumsallaşmanın ve günlük yaşamla başa çıkabilmenin yeni bir yolu olabilmektedir. Günümüz toplumunda bireyler giderek yalnızlaşmakta ve yoğun stres altında yaşamakta, yaşam içinde başka hiç bir yerden sağlayamadıkları desteği alışverişte bulabilmektedirler.

Çalışmada, cinsiyet ve gelir ile perakende terapi arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre bayanların ve yüksek gelirlilerin bir bütün olarak perakende terapisini daha olumlu algıladıkları söylenebilir. Underhill (1999) kadınların özellikle alışveriş perakende terapisti olarak kullandıklarını ve sıradan hayattan “kaçış” için alışveriş yapmaktan büyük zevk aldıklarını belirtmiştir. Bu sonuçlar, Underhill’in (1999) sonuçlarını desteklemektedir.

Nevrotik ve dürüst kişilik özelliklerinin farklı seviyelerinde perakende terapi düzeylerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Nevrotik kişilerin perakende terapiye yönelmeleri çok daha mümkün görülmektedir. Bu sonuç, Mooradian ve Olver’in (1996) nevroitikliğin, kendini tatmin etme ve duygu durum yönetimi ile bağlantılı alışveriş motivasyonlarıyla ilgili olması gerektiği yönündeki bulgularını desteklemektedir. Dürüst kişilik özellikleri baskın olan kişilerin de aynı şekilde perakende terapiye yönelmeleri çok daha mümkün görülmektedir. Ancak dışa dönük, deneyime açık ve yumuşak başlı kişilik özelliklerinin perakende terapi açısından farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Literatürde sonuçları karşılaştırarak değerlendirebileceğimiz ampirik çalışmalar olmadığı için yorum yapmak güçleşmektedir.

Terapi amacıyla alışveriş yapan tüketicilerin ve motivasyonlarının tespit edilmesi perakendeciler için çok önemlidir. Bu tüketicileri ayrı bir pazar bölümü olarak düşünüp tüm pazarlama faaliyetlerini bu yeni pazar bölümüne uyarlayan perakendeciler büyük fırsatlar elde edebileceklerdir. Bu yeni pazar bölümünün kısa vadede çok daha büyüyeceği ve önem kazanacağı düşünülmektedir. Wakefield ve Baker’in (1998) belirttiği gibi perakende

yöneticileri perakende terapide tatmini arttırabilecek unsurlara odaklanmalıdırlar. Mağaza atmosferini iyileştirmek, alış veriş deneyimini daha keyifli ve eğlenceli hale getirmek, alışveriş deneyimlerinin duygusal değerine katkıda bulunan aktiviteler sunmak gibi konulara odaklanarak terapi alışverişi yapan tüketicilerin tatminini arttırabilirler.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bir takım sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırmanın en önemli sınırlılığı seçilen örnek kütle ve araştırmanın kapsamıyla ilgilidir. Bu araştırma, zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı sadece bir ildeki tüketicilerle sınırlıdır. Araştırma sadece Kayseri ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kolayda örnekleme yönteminin kullanılması ise bir başka kısıtı oluşturmaktadır. Tesadüfi örnekleminin yapılmamış olması nedeniyle bulgularla ilgili tüm tüketicilere ya da tüketici gruplarına genellemeler yapılırken dikkatli olunmalıdır.

Gelecek çalışmalarda konu farklı değişkenler açısından da incelenebilir. Özellikle materyalist eğilimi yüksek kişiler maddi varlıklarla mutluluğu yakalama çabası içinde olduklarından terapi tüketimine daha yatkın olabilecekleri düşünülmektedir. Bu sebeple materyalizm ve terapi tüketimi bir arada incelenebilir. Ayrıca, perakende terapide niyeti etkileyebilecek marka imajı, marka kalitesi, mağaza atmosferi gibi diğer faktörlerde dikkate alınarak yürütülecek çalışmalarla konu daha iyi kavranabilir.

Yeni yeni çalışılan bu kavramın hem pazarlama hem de psikoloji bilimi için giderek öneminin artacağına inanılmaktadır. Bu konuda yürütülecek disiplinlerarası yeni çalışmalarla konunun kavramsal ve olgusal kanıtlarının artacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Andrade, E.B. (2005). Behavioural consequences of affect: combining evaluative and regulatory mechanisms, *Journal of Consumer Research*, 32 (12), 355-362.

Atalay, S., & Meloy, M. (2006). When the going gets tough, the tough go shopping: An examination of self-gifting behavior. *ACR North American Advances*, 258-260.

Atalay, A. S., & Meloy, M. G. (2011). Retail therapy: A strategic effort to improve mood. *Psychology & Marketing*, 28(6), 638-659.

Atkinson, R. L., Atkinson, R., & Hilgard, E. (1995). *Psikolojiye Giriş I-II*. K. Atakay vd. (Çev.). İstanbul: Sosyal Yayınları.

Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.

Bacanlı, H., İlhan, T., & Aslan, S. (2009). Beş Faktör Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261-279.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel psychology*, 44(1), 1-26.

Basım, H. N., Çetin, F., & Tabak, A. (2009). Beş faktör kişilik özelliklerinin kişilerarası çatışma çözme yaklaşımlarıyla ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(63), 20-34.

Benet-Martinez, V., & John, O. P. (1998). Los Cinco Grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait-multimethod analyses of the Big Five in Spanish and English. *Journal of personality and social psychology*, 75(3), 729-750.

Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological bulletin*, 117(2), 187-215.

Bui, M., & Kemp, E., (2013). E-tail emotion regulation: examining online hedonic product purchases, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(2), 155-170.

Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13(6), 653-665.

Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual review of psychology*, 41(1), 417-440.

Doğan, T. (2012). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.

Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology & Marketing*, 13(8), 803-819.

Gardner, M. P., & Rook, D. W. (1988). Effects of impulse purchases on consumers' affective states. *Advances in Consumer Research*, 15, 127-130.

Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26-34.

Gökdeniz, İ., Durukan, T., & Bozacı, İ. (2012). Müşterinin firmaya şikâyet etme eğilimini etkileyen bireysel faktörler üzerine uygulamalı bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-36.

Jamal, F. D., Chudry, F. & Al-Marri, M. (2006). Profiling consumers: A study of Qatari consumers' shopping motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(1), 67-80.

John, O.P. (1990) The "Big Five" factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and in questionnaires. In: Pervin, L.A., Ed., *Handbook of Personality: Theory and Research*, Guilford Press, New York, 1990, 66-100.

Kacen, J. J. (1998). Retail therapy: Consumers' shopping cures for negative moods. *Advances in Consumer Research*, 25(1), 75-87.

Kacen, J. J., & Friese, S. (1999). An exploration of mood-regulating consumer buying behavior. *European Advances in Consumer Research*, 4(1), 75-76.

Kang, M., & Johnson, K. K. (2010). Let's shop! Exploring the experiences of therapy shoppers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 1(2), 71-79.

Kang, M., & Johnson, K. K. P. (2011). Retail Therapy: Scale Development. *Clothing and Textiles Research Journal*, 29(1), 3-19.

Kemp, E., & Kopp, S. W. (2011). Emotion regulation consumption: When feeling better is the aim. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(1), 1-7.

Kim, S., & Gal, D. (2014). From compensatory consumption to adaptive consumption: The role of self-acceptance in resolving self-deficits. *Journal of Consumer Research*, 41(2), 526-542.

Kim, S., & Rucker, D. D. (2012). Bracing for the psychological storm: Proactive versus reactive compensatory consumption. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 815-830.

Ko, E., Chun, E., Song, S., & Mattila, P. (2015). Exploring SNS as a consumer tool for retail therapy: Explicating semantic networks of "shopping makes me happy (unhappy)" as a new product development method. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(1), 37-48.

Köknel, Ö. (2005). Kaygıdan Mutluluğa Kişilik, 17. Bs., İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Krishen, A. S., Bui, M., & Peter, P. C. (2010). Retail kiosks: How regret and variety influence consumption. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(3), 173-189.

Lonsdale, S. (1994). Shopping as therapy. *Star Tribune*, 11, 1-13.

Luomala, H. T. (1998). A mood-alleviative perspective on self-gift behaviours: Stimulating consumer behaviour theory development. *Journal of Marketing Management*, 14(1-3), 109-132.

Luomala, H. T., Kumar, R., Worm, V., & Singh, J. D. (2004). Cross-cultural differences in mood-regulation: An empirical comparison of individualistic and collectivistic cultures. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(4), 39-62.

Mandel, N., Rucker, D. D., Levav, J., & Galinsky, A. D. (2017). The compensatory consumer behavior model: How self-discrepancies drive consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 27(1), 133-146.

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of consulting and clinical psychology, 51*(6), 882-888.

McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality, 60*(2), 175-215.

Mick, D. G., DeMoss, M., & Faber, R. J. (1992). A projective study of motivations and meanings of self-gifts: Implications for retail management. *Journal of Retailing, 68*(2), 122-145.

Mooradian, T. A., & Olver, J. M. (1996). Shopping motives and the five factor model: An integration and preliminary study. *Psychological Reports, 78*(2), 579-592.

Mooradian, T. A., & Olver, J. M. (1996). Shopping motives and the five factor model: An integration and preliminary study. *Psychological Reports, 78*(2), 579-592.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric methods*. New York: McGraw Hill.

Özcan, B. (2007). Postmodernizmin tüketim imajları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17*(1), 261-273.

Rath, T. (2010). Your spending and your financial wellbeing. *Gallup Management Journal Online, 1*.

Rick, S. I., Pereira, B., & Burson, K. A. (2014). The benefits of retail therapy: Making purchase decisions reduces residual sadness. *Journal of Consumer Psychology, 24*(3), 373-380.

Robins, N. (1999). Making sustainability bite: transforming global consumption patterns. *Journal of Sustainable Product Design, 7*-16.

Rook, D. W., & Gardner, M. P. (1993). In the mood: impulse buying's affective antecedents. *Research in consumer behavior, 6*(7), 1-28.

Rucker, D. D., & Galinsky, A. D. (2008). Desire to acquire: Powerlessness and compensatory consumption. *Journal of Consumer Research, 35*(2), 257-267.

Sivanathan, N., & Pettit, N. C. (2010). Protecting the self through consumption: Status goods as affirmational commodities. *Journal of Experimental Social Psychology, 46*(3), 564-570.

Son, J. & Chang, H. J. J., (2016). Retail Therapy: What Makes You Feel Relieved and Happy? *International Textile and Apparel Association (ITAA) Annual Conference Proceedings, 54*.

Somer, O., Korkmaz, M., & Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin geliştirilmesi-I: Ölçek ve alt ölçeklerin oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi, 17*(49), 21-33.

Thayer, R. E., Newman, J. R., & McClain, T. M. (1994). Self-regulation of mood: Strategies for changing a bad mood, raising energy, and reducing tension. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*(5), 910-925.

Underhill, P. (2009). *Why we buy: The science of shopping--updated and revised for the Internet, the global consumer, and beyond*. Simon and Schuster, New York.

Uyar K. & Lekesizcan F. S. (2017). Markanın benliği ifade etmesi ve sosyal görünürlüğünün marka aşkı ile ilişkisi, *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ), 5*(4), 154-171.

Wakefield, K. L., & Baker, J. (1998). Excitement at the mall: determinants and effects on shopping response. *Journal of retailing*, 74(4), 515-539.

Weinberg, P., & Gottwald, W. (1982). Impulsive consumer buying as a result of emotions. *Journal of Business research*, 10(1), 43-57.

Woodruffe-Burton, H. R. (1997). Compensatory consumption: why women go shopping when they're fed up and other stories. *Marketing Intelligence & Planning*, 15(7), 325-334.

Woodruffe-Burton, H.R., & Elliott, R. (2005). Compensatory consumption and narrative identity theory. *ACR North American Advances*.

Woodruffe-Burton, H., Eccles, S., & Elliott, R. (2002). Towards a theory of shopping: A holistic framework. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 1(3), 256-266.

Yanbastı, G. (1991). Theories of personality. *Ege University Faculty of Education press, İzmir*.

Yoo, K.H., & U. Gretzel. (2011). Influence of personality on travel related consumer-generated media creation *CHB*, 27, 609-621.

Yurchisin, J., Yan, R. N., Watchravesringkan, K., & Chen, C. (2008). Investigating the role of life status changes and negative emotions in compensatory consumption among college students. *College Student Journal*, 42(3), 860-869.

**Citation:** Ertemel, A. V., Civelek, M. E. (2019), Managerial Implications Of The Relationship Between Customer Care And Purchase Intention In Online Shopping, BMIJ, (2019), 7(1): 514-526 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1086>

## MANAGERIAL IMPLICATIONS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER CARE AND PURCHASE INTENTION IN ONLINE SHOPPING

Adnan Veysel ERTEMEL<sup>1</sup>

Mustafa Emre CİVELEK<sup>2</sup>

Received (Submission Date): 01/02/2019

Accepted (Acception Date): 02/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*This paper studies customer care as an important factor that affects the performance of B2C e-commerce websites. A survey was conducted to 464 Turkish B2C website customers. Analysis method of this study is partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). Specifically, customer care in B2C e-commerce web sites is found to have direct effect on perceived value and indirect effect on purchase intention via perceived value and brand loyalty. Besides relationship between customer care and purchase intention was found as insignificant. The most important contribution of this research is the unveiling of the indirect relationship between customer care and purchase intention. This study also offers some important managerial suggestions for B2C web sites.*

**Keywords:** Online Shopping, Customer Care, Perceived Value, Brand Loyalty, Purchase Intention

**JEL Codes:** M10, M31

## ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞTE MÜŞTERİ HİZMETLERİNİN SATINALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN YÖNETİMSEL ÇIKARIMLARI

### ÖZET

*Bu makale, müşteri hizmetlerini B2C e-ticaret web sitelerinde performansını etkileyen önemli bir etken olarak incelemektedir. Çalışmada 464 Türk B2C web sitesi müşterisine anket yapılmıştır. Bu çalışmada kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM) yöntemi kullanılmıştır. Özellikle, B2C e-ticaret web sitelerinde müşteri hizmetlerinin algılanan değeri doğrudan etkilediği ve algılanan değer ve marka sadakati üzerinden satın alma niyetini dolaylı olarak etkilediği bulunmuştur. Ancak, müşteri hizmetleri ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu araştırmanın en önemli katkısı, müşteri hizmetleri ile satın alma niyeti arasındaki dolaylı ilişkiyi ortaya koymasındır. Bu çalışma aynı zamanda B2C web siteleri için yönetimsel bazı önemli öneriler getirmektedir.*

**Keywords:** Çevrimiçi Alışveriş, Müşteri Hizmetleri, Algılanan Değer, Marka Bağlılığı, Satınalma Niyeti

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, [avertemel@ticaret.edu.tr](mailto:avertemel@ticaret.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, [ecivelek@ticaret.edu.tr](mailto:ecivelek@ticaret.edu.tr)

<http://orcid.org/0000-0002-5028-1096>

<http://orcid.org/0000-0002-2847-5126>

## **1. INTRODUCTION**

For the past two decades, e-commerce has been transforming the global business environment in both B2B and B2C context. This transformation has been more radical as the enabling technologies advance and consumers' rate of adoption increases. With its peculiar advantages like global reach, convenience, access to broad range of products and personalized service delivery, e-commerce medium is especially an attractive alternative in B2C e-commerce environment. Internet has radically altered the way of conducting business. It combines millions of businesses with potential customers worldwide. It has brought about new ways of interacting with the customers in a rich manner. Internet removes time, space and distance barriers by allowing the consumers to do business globally on a 7/24 basis (Diacon et al., 2011). As opposed to having one-way communication using traditional means, Internet enables two-way interaction which results in acquiring new insights about consumers. Additionally, Internet enables businesses to achieve cost savings and efficiency through e-commerce (Qin, 2010).

On the seller side of the phenomenon, conducting business via the Internet has the unique advantage of doing business for all kinds of suppliers across the globe. Looking from the buyer side, the Internet enables ease of price comparison and the ability to find long tail (niche) products for the customers. After all, convenience of shopping is the most crucial benefit which is provided by the Internet.

Electronic commerce can simply be described as purchasing and selling goods and services in online environment. E-commerce rate as a percentage in the whole commerce is steadily increasing worldwide. Global e-commerce volume has reached 2.8 trillion dollars as of 2018, with 12 percentage in yearly growth rate, which accounts for one tenth of all retail commerce (eMarketer, 2018). In parallel to the global trend, in United States, retail e-commerce volume has reached 560 billion dollars which account for 9.8 percent of all sales (Statista, 2019). Globally conducted retail e-commerce volume is expected to reach 4.8 trillion dollars in 2021 which will account for 18 percent of all commerce (Statista, 2019). Hence, it can be concluded that looking from both business and consumer perspectives, e-commerce is fastly becoming a part of our daily lives. As the Internet and Smartphone penetration rates increase and the related enabler technologies advance, conducting e-commerce has been more and more viable worldwide.



Online shopping is a narrow scoped concept under e-Commerce which is covering activities of buying goods or services over the Internet. This phenomenon is buying side of B2C (business-to-consumers) e-commerce that specifically deserves attention for studying. Online shopping has become an integral part of consumers' daily consumption habits. Using B2C e-commerce web sites, consumers can find a more convenient shopping experience and have access to a broad range of products at their fingertips. B2C e-commerce web site usage adoption rates increase as tech-savvy newer generations are now able shop online (Çemberci, Sudak, Aşçı, Öz, & Civelek, 2014). Additionally, consumers find it easier to shop online due to ever simplified user experience provided in online environment.

An excess of literature has studied e-commerce from various viewpoints. However, as for literature that studies e-commerce brands in general and the key dimensions that contribute to brands' performance particularly in B2C context is rather limited. According to Keller (2003), brand performance is a prerequisite for brand loyalty (Woodside, Megehee, & Ogle, 2009). In online environment e-brand loyalty is equivalent of brand loyalty. Therefore, e-commerce brand performance is related to e-brand loyalty (Gommans, Krishnan, & Scheffold, 2001). Specifically, this paper regards customer care as an important dimension that affects brand performance. To demystify the mechanism behind this relationship, an analysis was conducted on the effect of customer care on purchase intention via perceived value and loyalty. In conceptual background, constructs of the research model which are customer care, perceived value, brand loyalty and purchase intention are introduced. Afterwards, methodology used in this study are explained. Consequently, research findings and their implications are discussed.

## **2. CONCEPTUAL BACKGROUND**

### **2.1. Customer Care**

Customer care can be described as the degree to which e-commerce web site customers are informed about the availability of products and product order status (Srivinisan, 2002). In B2C e-Commerce customer interactions do not take place face to face. On the contrary, in online medium, this relation turns into screen to face mode (Joseph, 2015). Customer care is also inclusive of the level of efforts the brand undertake to mitigate the risk of service failure or breakdown (Srivinisan, 2002).

## **2.2. Perceived Value**

Perceived value is a widely acknowledged and used term to assess brands' perception. It is based on equity theory (Oliver et al., 1988). It is stated that when consumers consider whether they were treated equitably, they have a perception regarding the benefit they got. This is based on the ratio of costs and sacrifices versus what is got (Bolton et al., 1992). These costs and sacrifices might be monetary, waste of time and so on.

In e-commerce environment, this phenomenon is particularly related to maintaining long term relationship with the customers. Online customers expect to be equitably treated. Moreover, because of the fierce competition in e-commerce domain, in order to acquire customer loyalty it is necessary to increase perceived value (Yang et al., 2004).

## **2.3. Brand Loyalty**

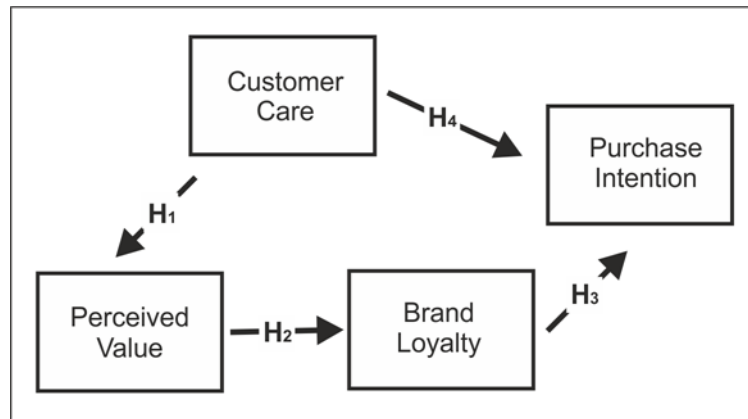
Oliver (1998) defines brand loyalty as a deeply held commitment to rebuy from a brand irrespective of situational factors. Boulding et al (1993), on the other hand, defines brand loyalty as customers' inclination to continue to do business with a brand and recommend it to others. Brand loyalty is critical in brand performance in that it takes a far less time, effort and money to keep loyal customers as opposed to nonloyal customers. In e-commerce environment, this becomes especially important as businesses compete to cut their marketing costs.

## **2.4. Purchase Intention**

The theory of planned behavior asserted that behavioral intention is the main predictor of purchase behavior (Ajzen, 1991). E-commerce web sites should somehow link their activities to business performance. Business performance of e-Commerce web sites are related to actual buying behavior of the customers. In this sense, previous literature uses purchase intention to imply actual behavior (Lin, 2006). Therefore, in this study, purchase intention was used to predict actual behavior.

## **3. RESEARCH MODEL AND HYPOTHESES DEVELOPMENT**

In Figure 1, constructs and hypotheses in the research model are shown. In the conceptual model of the research there are four hypotheses. These hypotheses were developed to understand the impact of customer care on the purchase intention through perceived value and brand loyalty.



**Figure 1.** Initial Research Model

### **3.1. The Relationship between Customer Care and Perceived Value**

Jiang et al. (2016) defines customer care, in e-commerce context, as the level on which an e-business tailors its services to meet individualized needs of its customers. The internet medium, by nature, allows the brands to attract and keep customers via personalized services. Srivivisan (2002) has shown that customer care is one of the key drivers of perceived value and recommended the brands to build and sustain long-term relationship with the customers. Extant literature has also demonstrated the negative effect of service failues on customer perceived value (Bolton et al., 1992).

Thus, in the light of the above metioned studies, following hypothesis is developed:

**H<sub>1</sub>:** *Customer Care has a positive effect on Perceived Value.*

### **3.2. The Relationship between Perceived Value and Brand Loyalty**

Chen et al. (2013) and Zeng et al. (2009) have identified that perceived value, in e-commerce, is the foremost motivation for customer loyalty. Likewise, Yang et al. (2004) have suggested positive effect of customer perceived value on brand loyalty in online medium. Furthermore, Oliver et al. (1988) and Civelek and Ertemel (2018) mention that raised perceived value may significantly exert positive influence on brand loyalty.

Thus, in the light of the above metioned studies, following hypothesis is developed:

**H<sub>2</sub>:** *Perceived Value has a positive effect on Brand Loyalty.*

### **3.3. The Relationship between Brand Loyalty and Purchase Intention**

Different studies in previous literature on e-commerce have demonstrated that brand loyalty is a predictor of purchase intention (Wang et al., 2006; Kamariah et al., 2005). Therefore, higher level of brand loyalty in e-Commerce web sites leads to a stronger likelihood of purchase intention. Schultz (2000) mentioned that loyalty to the brand in online shopping is especially important due to the highly competitive nature of online medium. Consequently, it can be said that loyal customers of an e-commerce web site have more purchase intention than others.

Thus, in the light of the above mentioned studies, following hypothesis is developed:

*H<sub>3</sub>: Brand Loyalty has a positive effect on Purchase Intention.*

### **3.4. The Relationship between Customer Care and Purchase Intention**

Bitner et al. (1990) have shown that service unavailability or breakdown negatively effects purchase intention. Similarly, Boulding et al. (1993) and Kelley et al. (1993) concluded that the level of customer care is an antecedent of purchase intention.

Thus, in the light of the above mentioned studies, following hypothesis is developed:

*H<sub>4</sub>: Customer Care has a positive effect on Purchase Intention.*

## **4. RESEARCH METHODOLOGY**

Partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) was used as analysis method in this study. Quantative data were gathered by means of a questionnaire containing statements ordinal Likert scale in five-point. This scale is varying from strongly disagree to strongly agree. Initially, the validity and reliability of the scales were tested. Afterwards, in order to test the hypotheses which are bring forward in the conceptual research model, partial least square structural equation modeling method was used. PLS-SEM analysis method is variance-based multivariate analysis. It is a second generation method. In this method, structural and measurement models can be analyzed jointly (Civelek, 2018). SmartPLS statistics program was utilized for analyses.

### **4.1 Measures and Sampling**

For measuring customer care construct, the scale adopted from Jiang et al. was used. Same scale was used to measure brand loyalty and perceived value (Jiang, Jun, Yang, 2016). For measuring purchase intention, the scale taken from Chen et al. was adopted (Chen, Teng,

2013). 464 of the distributed questionnaires were valid. The survey was performed in the prominent cities throughout Turkey according to probability sampling. Data collected in the first quarter of 2018. Face to face method was used. In the sample, 240 persons are male and 224 persons are female.

#### 4.2 Validity and Reliability of Constructs

For purification of data, firstly, the exploratory factor analysis was performed. 20 items remained after purification process. Subsequently, the confirmatory factor analysis was conducted for remaining items to demonstrate the constructs with convergent validity (Anderson & Gerbing, 1988). In Table 1, the findings of the confirmatory factor analysis and other loadings (loads of reflective indicators) are shown. Each item is close to 0.7 and significant. These results confirm that the scales have convergent validity.

**Table 1.** Factor Loads

Variables	Items	Factor Loads
Customer Care	Cca0111	0.788
	Cca0212	0.862
	Cca0313	0.729
	Cca0414	0.753
	Cca0515	0.764
	Cca0616	0.823
Perceived Value	Pva0434	0.777
	Pva0535	0.782
	Pva0333	0.620
	Pva0131	0.672
	Pva0232	0.790
Brand Loyalty	Bly0641	0.683
	Bly0136	0.848
	Bly0439	0.698
	Bly0237	0.828
	Bly0338	0.806
	Bly0540	0.764
Purchase Intention	Pin0142	0.840
	Pin0344	0.891
	Pin0243	0.889

$p < 0.05$  for all items

The square roots of average variance extracted values were calculated for each construct. In order to determine discriminant validity, these values were compared with correlation values among the constructs in the corresponding column according to Fornell-Larcker criterion (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). In Table 2, the values in brackets

designate the square root of AVE value of each construct. As indicated in Table 2, the square roots of average variance extracted values are bigger than the correlation coefficients in corresponding column (Byrne, 2010). Reliability of the scales was also determined. Cronbach  $\alpha$  and Composite reliability values are bigger than the threshold value (i.e. 0.7) (Fornell & Larcker, 1981). In Table 2, Cronbach  $\alpha$  values, means and standard deviations, Pearson correlation coefficients, composite reliabilities, AVE values of the constructs are indicated.

**Table 2.** Descriptive Statistics and Reliability

Variables	1	2	3	4
1.Customer Care	(0.788)			
2.Perceived Value	0.383*	(0.731)		
3.Brand Loyalty	0.425*	0.558*	(0.773)	
4.Purchase Intention	0.287*	0.420*	0.630*	(0.873)
Composite reliability	0.907	0.851	0.899	0.906
Average variance ext.	0.621	0.535	0.599	0.763
Cronbach $\alpha$	0.877	0.787	0.865	0.845
Mean	3.60	3.74	3.85	3.98
Standard Deviation	0.74	0.65	0.71	0.75

\*p < 0.01

Note: Diagonals in brackets indicate the square root of AVEs.

## 5. TEST OF HYPOTHESES

For performing tests of hypotheses suggested in the conceptual model, PLS-SEM method was used. This method is a nonparametric statistical method. Therefore, for testing the significance of the estimates, this method uses bootstrap procedure. P values smaller than 0.05 are significant according to this procedure (Civelek, 2018). In Table 3, test results of the hypotheses are shown.

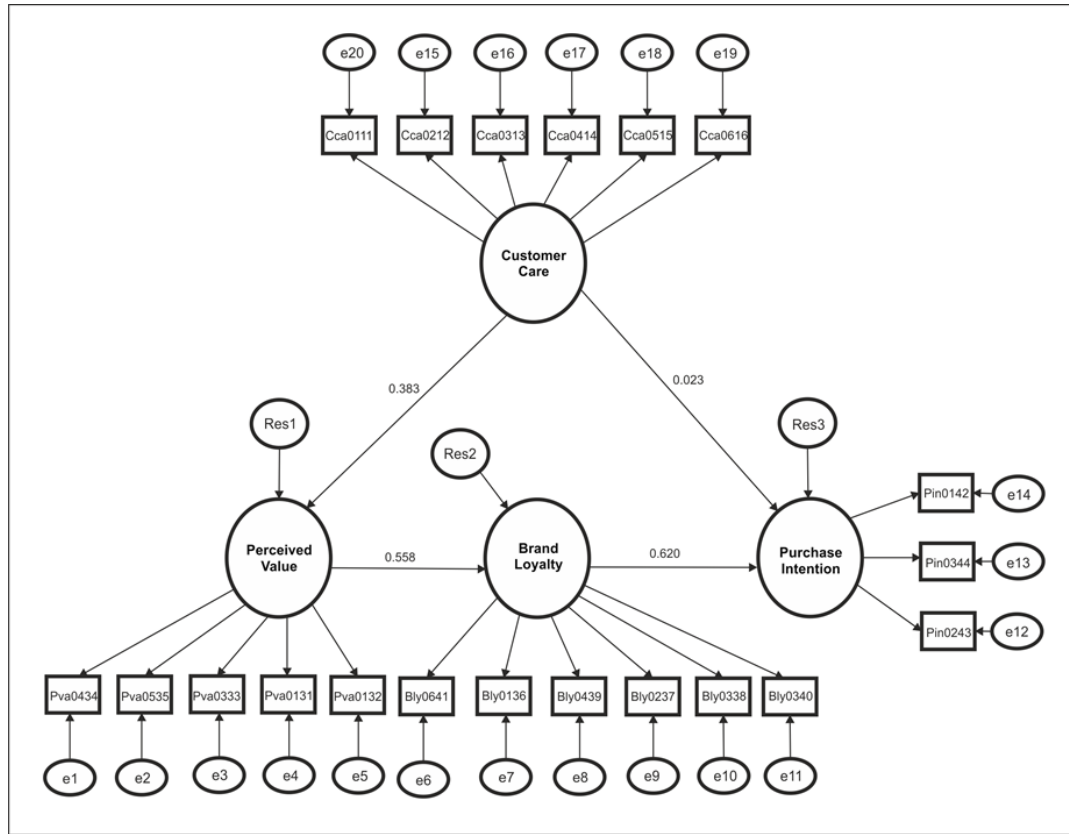
**Table 3.** Hypotheses Test Results

Relationships	Standardized Coefficients
Customer Care → Perceived Value	0.383*
Perceived Value → Brand Loyalty	0.558*
Brand Loyalty → Purchase Intention	0.620*
Customer Care → Purchase Intention	0.023

\*p < 0.05

In Figure 2, structural model and PLS-SEM analysis result are shown. As shown in Table 3, H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> and H<sub>3</sub> are supported and H<sub>4</sub> is not supported. According to the analysis

results, there is a significant positive relationship between customer care and perceived value. There are significant positive relationships between perceived value and brand loyalty and between brand loyalty and purchase intention. But direct relationship among customer care and purchase intention was not found statistically significant.



**Figure 2.** Structural Model Analysis

In PLS-SEM, the coefficient determination ( $R^2$ ) is the most preferred measure. It is used to assess the path models.  $R^2$  value indicates the predictive power of the model. This value represents the extent of variance explained and means combined effects of independent latent variables on an endogenous latent construct. A rule of thumb is used to determine the satisfactory level of  $R^2$ . Values above 0 are acceptable and above 0.20 can be regarded as high (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). The values found as a result of the analysis are acceptable as seen in Table 4.

**Table 4.**  $R^2$  Values of the Dependent Variables

Variables	$R^2$
Perceived Value	0.147
Brand Loyalty	0.311
Purchase Intention	0.397

Effect size  $f^2$  is another measure and represents the effect of a construct on another construct. It is found by neglecting the construct from the model.  $f^2$  refers to the change in  $R^2$  when a construct neglected in the model. To evaluate  $f^2$ , following figures of 0.02, 0.15 and 0.35 are used. These figures mean small, medium and strong effects respectively (Cohen, 1988). According to the results  $f^2$  value of customer care-perceived value indicate medium effect as shown in Table 5.

**Table 5.** Effect Size ( $f^2$ ) Values

Relations	$f^2$
Customer Care → Perceived Value	0.172
Perceived Value → Brand Loyalty	0.452
Brand Loyalty → Purchase Intention	0.522
Customer Care → Purchase Intention	0.001

Another measure is Stone-Geisser’s  $Q^2$  value (Geisser, 1974). For each dependent variable,  $Q^2$  value specifically indicates predictive relevance of path model. It is only calculated for dependent variables in the model. To calculate  $Q^2$  values, blindfolding procedure is used.  $Q^2$  values larger than zero indicate predictive relevance for a certain dependent variable in the model. But, values of zero or below designate lack of predictive relevance. Table 6 indicates  $Q^2$  values of each dimension. As seen in the Table 6, all the dependent variables have predictive relevance.

**Table 6.** Dependent Variable  $Q^2$  Values

Variables	$Q^2$
Perceived Value	0.065
Brand Loyalty	0.172
Purchase Intention	0.281

## 6. CONCLUSION

In the light of research findings, it can be concluded that customer care does not have a direct effect on purchase intention in online shopping. The research results do, however, indicate that customer care effects purchase intention via perceived value and brand loyalty indirectly. The results of this research have some significant managerial implications for the practitioners working in B2C area. Firstly, we can conclude that improving customer care activities such as timely delivery, prompt reply to inquiries etc. do not exert positive influence on purchase intention immediately. On the other hand, strictly engaging in such activities is expected to increase brand perceived value in the long run. Naturally, this process takes time. Consequatively, increased perceived value positively effects brand loyalty over time. In sum,



for B2C e-commerce web sites, improvements in customer care activities can only be performed through brand perceived value and brand loyalty over the long run.

Looking from managerial perspective, success of B2C businesses is strictly related to quality of the web site. Information quality, system quality and service quality are basic characteristics of B2C web sites. Improving web site system is one of the important aspects of the customer care activities. Additionally, improving logistics processes is another aspect of success. Logistics activities indirectly affect customer satisfaction in B2C web sites (Civelek, 2018). This research also makes an important contribution to the current e-commerce literature by explaining the relationship among customer care, perceived value, brand loyalty and purchase intention. Extant literature posited that customer care has a positive effect on purchase intention. However, conversely, this research unveils the indirect relationship via perceived value and brand loyalty because hypothesis which put forward direct relation was rejected. Consequently, progressive relationships among customer care, perceived value, brand loyalty and purchase intention have been proved. The most important limitation of this study is the small sample size. In the future, this study can be repeated with larger samples.

Contrary to the findings of Bitner et al. (1990), Boulding et al. (1993) and Kelley et al. (1993), this study found out that customer care does not exert positive effect on purchase intention in B2C e-commerce web sites. Other relationships in the research model were founded as congruent with extant literature.

## **REFERENCES**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Anderson, J. & Gerbing, D. (1988). *Structural Equation Modelling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach*. *Psychological Bulletin*.
- Bitner, Mary Jo, Bernard H. Booms, and Mary S. Tetreault (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents, *Journal of Marketing*, 54 (January), 71–84
- Bolton, Ruth N. and James H. Drew (1992). Mitigating the effect of service encounters, *Marketing Letters*, 3 (January), 57–70
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. *Journal of marketing research*, 30(1), 7.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Chen, M. Y., & Teng, C. I. (2013). A comprehensive model of the effects of online store image on purchase intention in an e-commerce environment. *Electronic Commerce Research*, 13(1), 1-23.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Civelek, M. (2018). Comparison of Covariance-Based and Partial Least Square Structural Equation Modeling Methods under Non-Normal Distribution and Small Sample Size Limitations. *Eurasian Econometrics, Statistics & Empirical Economics Journal*, 10, 39-50.
- Civelek, M. (2018). *e-Ticaret Web Sitelerinde Müşteri Memnuniyeti*. İstanbul: Beta.
- Civelek, M. (2018). *Essentials of Structural Equation Modeling*. Lincoln: University of Nebraska Lincoln-Zea Books.
- Civelek, M. E., & Ertemel, A. V. (2018). The effect of product portfolio on purchase intention in e-commerce web sites.
- Çemberci, M., Sudak, M., Aşçı, S., Öz, S., & Civelek, M. (2014). Y Neslinin Örgüt Ortamındaki Davranış Farklılıklarının Analizi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 5(15), 57-74.
- Diacon, P. E., & Donici, A. N. (2011). E-commerce across European Union. *CES Working Papers*, 3(3), 390-397.
- EMarketer (2016), Retail E-commerce Worldwide 2016-2021. <https://www.emarketer.com/Chart/Retail-Ecommerce-Sales-Worldwide-2016-2021-trillions-change-of-total-retail-sales/215138>, Access date, 26.01.2019
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Geisser, S. (1974). A predictive approach to the random effects model. *Biometrika*, 61, 101-107.
- Gommans, M., Krishnan, K., & Scheffold, K. (2001). From brand loyalty to e-loyalty: a conceptual framework. *Journal of Economic and Social Research*, 3(1), 43-58.

- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling PLS-SEM. Los Angeles: SAGE.
- Jiang, L., Jun, M., & Yang, Z. (2016). Customer-perceived value and loyalty: how do key service quality dimensions matter in the context of B2C e-commerce?. *Service Business*, 10(2), 301-317.
- Joseph, P. (2015). E-Commerce. Mumbai: Prentice Hall India Pvt., Limited.
- Kamariah, N., & Salwani, S. (2005). Determinants of online shopping intention, 167-172
- Kelley, Scott W., Douglas K. Hoffman, and Mark A. Davis (1993). A typology of retail failures and recoveries, *Journal of Retailing*, 69 (winter), 429–452
- Lin, L. Y., & Chen, C. S. (2006). The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of consumer Marketing*, 23(5), 248-265.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of consumer research*, 14(4), 495-507.
- Qin, Z. (Ed.). (2010). Introduction to E-commerce. Springer science & business media.
- Schultz, D. (2000) "Customer/Brand Loyalty in an Interactive Marketplace," *Journal of Advertising Research*, 40 (3): 41-53.
- Srinivasan, S. S., Anderson, R., & Ponnabolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of retailing*, 78(1), 41-50.
- Statista. (2019). Statista. Accessed: <https://www.statista.com/statistics/272391/us-retail-e-commerce-sales-forecast/>
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2017). *Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective*. Springer.
- Wang, H. C., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2006). Innovativeness and involvement as determinants of website loyalty: II. Determinants of consumer loyalty in B2C e-commerce. *Technovation*, 26(12), 1366-1373.
- Woodside, A., Megehee, C., & Ogle, A. (2009). *Perspectives on Cross-Cultural, Ethnographic, Brand Image Storytelling, Unconscious Needs, and Hospitality Guest Research*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Yang, Z., & Peterson, R. T. (2004). Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs. *Psychology & Marketing*, 21(10), 799-822.
- Zeng, F., Hu, Z., Chen, R., & Yang, Z. (2009). Determinants of online service satisfaction and their impacts on behavioural intentions. *Total Quality Management*, 20(9), 953-969.

**Citation:** Kaya Ç., Ötken, B. & Göl Beşer, S. (2019), Is Busyness A New Trend Among White Collars?, BMIJ, (2019), 7(1): 527-541 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1088>

## IS BUSYNESS A NEW TREND AMONG WHITE COLLARS?

Çiğdem KAYA<sup>1\*</sup>

Begüm ÖTKEN<sup>2</sup>

Senem GÖL BEŞER<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 18/12/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 01/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*When asked how their lives are, the most popular answer that people give is that they are busy all the time. Being busy indicates working long hours and lacking leisure time. While research on social status has primarily focused on money as an indicator of one's social status, it is important to know whether the factors (in our case, busyness) other than money have an effect on the perception of one's social status. The aim of this study is to investigate whether devoting more time to work is a demonstration of higher social status. With this aim, the relationship between busyness and social status is examined. Data for the study were collected from 225 white-collar employees working in banking, textile, chemical, and construction sectors in Istanbul, Turkey. According to the findings, no significant relationship was found between busyness and social status. Based on additional general questions in the questionnaire, most of the respondents reported that they see themselves as busy persons and have a social status above average.*

**Keywords:** Busyness; Social Status; Routine; Leisure time; Working Long Hours

**JEL Code:** M10, M19

## MEŞGUL OLMA BEYAZ YAKALILAR ARASINDA YENİ BİR TREND Mİ?

### ÖZ

*Hayatlarının nasıl olduğu sorulduğunda, insanların verdiği en popüler cevap, sürekli meşgul olmalarıdır. Meşgul olmak uzun saatler çalışmayı ve boş zamana sahip olmamayı ifade etmektedir. Sosyal statüye ilişkin araştırmalar öncelikle sosyal statünün bir göstergesi olarak paraya odaklanırken, para dışındaki faktörlerin (bu çalışmada meşgul olmanın) kişilerin sosyal statü algıları üzerinde bir etkisi olup olmadığını bilmek önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, işe daha fazla zaman ayırmanın daha yüksek bir sosyal statü göstergesi olup olmayacağını araştırmaktır. Bu amaçla meşgul olma ile sosyal statü arasındaki ilişkiyi incelenmektedir. Araştırma için veri, İstanbul, Türkiye'de bankacılık, tekstil, kimya ve inşaat sektörlerinde çalışan 225 beyaz yakalı çalışandan toplanmıştır. Bulgulara göre, meşgul olma ve sosyal statü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ankette yer verilen ek sorulara dayanarak, yanıt verenlerin çoğu kendilerini yoğun kişiler olarak gördüklerini ve ortalamanın üzerinde bir sosyal statüye sahip olduklarını bildirmişlerdir.*

**Anahtar Kelimeler:** Meşgul Olma; Sosyal Statü; Boş Zaman; Uzun Çalışma Saatleri

**JEL Kodu:** M10, M19

<sup>1</sup> Dr. Instructor, Istanbul Arel University, [cigdemkaya2810@gmail.com](mailto:cigdemkaya2810@gmail.com) \*Corresponding Author

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., University of North Carolina Wilmington, [begumotken@hotmail.com](mailto:begumotken@hotmail.com)

<sup>3</sup> Assoc. Prof. Dr., Yeditepe University, [senemgol@yeditepe.edu.tr](mailto:senemgol@yeditepe.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0001-8307-3501>

<https://orcid.org/0000-0003-3250-8434>

<https://orcid.org/0000-0001-9631-6752>

## 1. INTRODUCTION

In a world of 'constantly occupied', whenever we are asked of our state of being", we find ourselves eager to respond as "very busy, indeed!" The answer comes almost automatically. Celebrities and many people complain that they have no life. "I am very busy" has a quite different meaning specifically among employees nowadays. *Are we too busy to mind the busyness?* Recently, it has been argued that individuals' representations of their states of busyness play an important role in establishing their positions in social stratification (Gershuny, 2005). It is possible to say that hard-working and busy way of life result in greater implications of social status.

Individuals assess the status of others according to many indicators such as ethnicity, education, income, language, and occupation (Fişek, Berger, and Norman, 2005). Some of these indicators are related to each other and income, occupation, and education are frequently used by social science researchers as main signs of the broad objective status dissimilarities in society. For differentiating people, these differences are used and called socioeconomic status (Rogers and Onge, 2007; cited in Alfonsi, Conway, and Pushkar, 2011). Individuals also use owning expensive products as a way to express status through the value of these products. Living at the "right" address, driving the "right" car, wearing the "right" clothes and hanging out with the "right" people have always been used as symbols of status. For example, money and time are valuable and scarce resources, and owning them might be a symbol of status and wealth, too.

Although earlier inquiries mainly focused on money as a status symbol, conspicuous expenditure of time has drawn the attention of scholars in recent years. The new cultural and social studies of work assert that being busy and lack of leisure time indicate status by means of a person's value. The reason behind this recent interest might be attributed to the fast-changing society and work life. Ambition, hard work, success, and busyness became admirable and valued qualities among working people in modern society and people started to make more and more public that they are very busy. Because leisure has been considered as a behavior engaged in by the very wealthy since they did not have to work, or by laggards who refused to work (Williams, 1986). This is a pride evoking situation and indicates a social status.

This article focuses its attention on how people position their work and themselves as individuals within the abstract nature of time, whilst suggesting a conceptual field for examining and reconciling the relationship between busyness and social status of individuals.

Economically, individuals may devote more time to work in order to earn more money and maintain their standard of living. In addition, busyness may be analyzed from the perspectives of time management, work requirements or work overload. However, the concept of busyness entails more than just earning more money and more than the perspectives of time management, work requirements or work overload. It has now turned out to be a powerful symbol of the status by means of a mechanism that shows the person is highly demanded and rare one.

In this paper, it is investigated whether devoting more time to work is a demonstration of higher social status. To do this, the relationship between busyness (i.e. working long hours and lacking leisure time) and social status is examined. Because research on social status has largely centered upon money as an indicator of one's social status, it is crucial to understand whether the factors, in our case, busyness, other than money have an effect on the perception of one's social status.

## **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

The theory of time and organization are combined in numerous diverse ways (see, eg., Bluedorn and Derhart, 1988; Clark, 1990; Gherardi and Stradi, 1988; Hassard, 1999; cited in Forray and Woodilla, 2002). Here, in this article, we focus on the abstract concept of time like “a resource that can be negotiated or symbolized, and is treated as real, yet simultaneously known through our experience of it.” (Fine, 1990, p. 96).

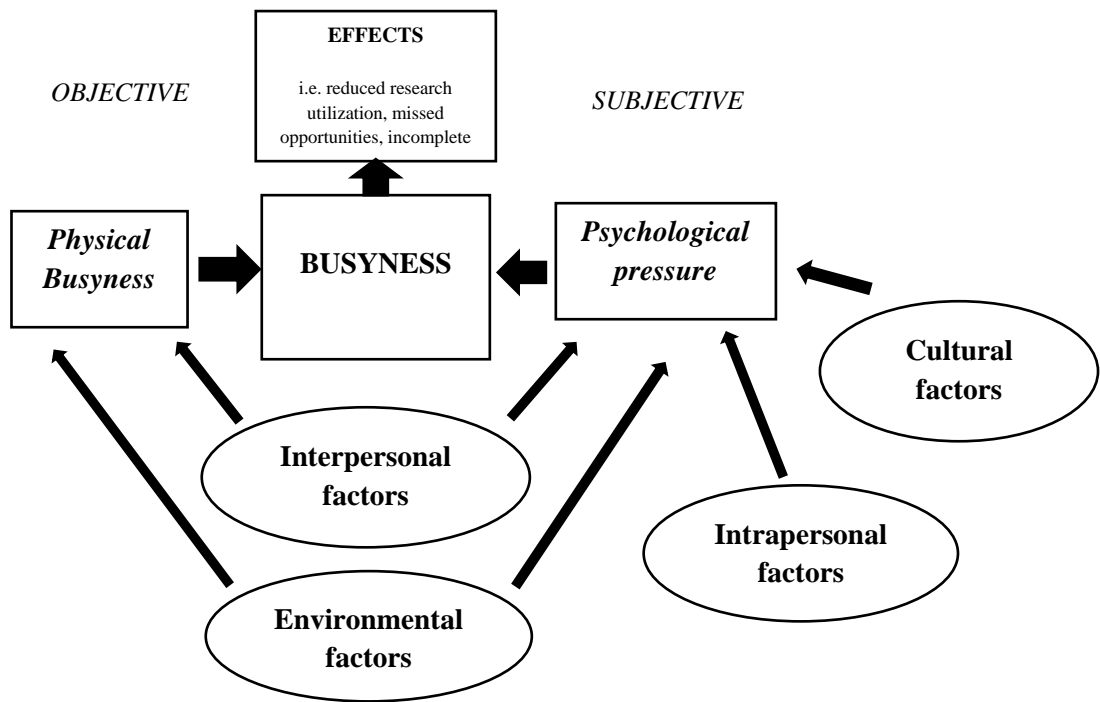
### **2.1. Busyness**

Basically, there are three methods accessible to sociologists and those who want to observe how time is being used (Kleermeier, 1961); one of them is examining the structure of monetary expenses for goods and services, another one contains the grading of numerous actions by the occurrence with which they occur among groups of individuals and finally the third one examines the amount of time that is divided into numerous actions within a certain time period (Yanowitch, 1963).

Busyness is defined as “long hours of remunerated employment and lack of leisure time” (Bellezza, Paharia and Keinan, 2017, p. 119). Leisure, on the other hand, is depicted as the freedom to pursue personal interests in the hieroglyphic inscriptions in Egyptian temples and tomb walls of nearly 4000 years ago. The ancient Greeks pondered the values of pursuing leisure behaviors for their own ends, such as in contemplation or music. Christians of the middle ages saw a valued leisure in religious contemplation. However, the industrial revolution reduced Western concepts of leisure to the narrow definition of that which is *not* work (Williams, 1986).

Busyness is also an internalized impression of pressure, which creates a state where there is little time to achieve worthwhile work and which usually leads to a low energy level (Thompson et al., 2008). It is affected by elements such as the amount of work, problem and difficult situations handling ability and the degree of complexity of the environment (O'Brien-Pallas et al., 1997).

Figure 1 presents the conceptual map of busyness where the noticeable sources of busyness are defined as the environment, interpersonal factors associated to social interactions, intrapersonal factors on the basis of individual characteristics and finally cultural factors such as shared organizational/practice beliefs.



**Figure 1.** Conceptual Map of Busyness

**Source:** Thompson, D. S., O'leary, K., Jensen, E., Scott-Findlay, S., O'Brien-Pallas, L., & Estabrooks, C. A. (2008). The relationship between busyness and research utilization: it is about time. *Journal of Clinical Nursing*, 17(4), 539-548.

Thompson et al. (2008) have categorized the noticeable sources of environmental factors influencing busyness as unit activities, workload, labor shortage, physical space or layout, paperwork, noise, interruptions, busywork, restricted resources, as well as the management (administration)'s control over autonomy in the workplace or practice.

Interpersonal factors contribute to the physical facets of busyness, as well as to the ascended psychological pressure since they are drawn from the relationships such as support staff, difficult family/patient, leadership responsibilities and interruptions (Thompson et al.,

2008). Intrapersonal factors are comprised of workers' personal attributes, demands of their personal lives, as well as their coping abilities. In general, intrapersonal factors are seen to mediate the individual perception of busyness (Thompson et al., 2008).

Culture is defined by Drennan (1992) as “*the way things are done around here*”, and refers to the specific norms that reflect the attitudes, beliefs, rituals, activities that are gained through socialization and learning. Likewise, organizations are cultures that incorporate such things as rules, myths, stories, and special language (Bate, 1994; cited in Wilson et al., 2004) and defined as ways organizational members commonly think, behave and believe (Thomas et al., 1990; cited in Wilson et al., 2004). Professionals and organizations may create a culture in which busyness is appreciated and recompensed by forming group professional identity that suggests people being busy, providing no retreat/protected time, as well as dissuading idle time (Thompson et al., 2008). People fear idleness and want to be busy in pursuit of motivation and meaning in their existence (Ariely et al., 2008; Hsee et al., 2010; Keinan and Kivetz, 2011; Wilcox et al., 2016; cited in Bellezza et. al., 2017). As Williams (1986) puts it “*even in these last decades of the 20<sup>th</sup> century, there are many of us in so-called advanced societies who feel a little guilty if we are away from work too long, and even worse, a little uneasy if our work seems to have a touch of leisure in it*”.

National cultures view and evaluate busyness differently as well. In terms of the differences among national cultures and various beliefs on social mobility, Europeans see their leisure time as important as their working time, and even more important than that, whereas Americans regard work as primacy and overemphasize busyness (Richards, 1998, 1999; cited in Bellezza et al., 2017). In modern-day American culture, grouching about being busy, having crazy schedules, and working all the time has turned out to be a *progressively* pervasive phenomenon (Alford, 2012; Schulte, 2014).

French sociologist Dumazedier (1967) embraced leisure as an activity which is outside the obligations of the job, the family and the society, which the individual does freely in order to participate in the social life, explain her creative capacity and develop her knowledge, relax and satisfy the need for change. Thus, the concept has more than that of “nonwork” but rather the statement of a whole collection of human being's desires on a search for new bliss and humanistic mutation.

Human beings attitude towards leisure is developing whilst presenting some challenges for its interpretation. In a research carried out on workplace culture in a special care nursery,



the findings recommended that nurses preserved an “*image of busyness*” that functioned as a bumper between themselves and their patients and families’ demands (Wilson et al., 2005).

Hsee et al. (2009) proposed that people want busyness, but they are reluctant to look for busyness voluntarily without some justification. Their research also speculated the simultaneous wants for busyness and for justification of busyness as a part of evolution since human ancestors had to protect their energy to compete on rare resources and consume their energies in such a way that they would not risk their survival.

Thus, understanding the workplace busyness culture, as well as its relationship with the social status, is important to undertake effective developments in the practice of a given organization. If there are attempts to change an organizational culture that is multifaceted, the clarification of the values (i.e. social status) held among the workers would be the initial step.

## **2.2. Social Status**

Status can be described as the relative ranking of an individual in a given group. According to Sorokin (1927), status can be discussed in many ways, including political, informational, economic, and social. Among the others, this study focuses on the social status and social status is defined as a position of increased interpersonal impact and social standing (Bourdieu, 1984).

Dubois and Ordabayeva (2015, p. 336) argue that social status exhibits one’s ranking in a hierarchy and characteristically reveal the extent to which one is esteemed or appreciated by others. The idea that people can climb the social ladder, i.e. status can be achieved, leads to the possibility of people entering remarkable consumption and thus pointing out their social progress relative to others. In contrast, the status that is ascribed (i.e., predetermined, e.g., acquired by birth) can promote status signals that aim to strengthen a person's status. Based on the arguments of Dubois and Ordabayeva (2015), it can be said that an individual gets her status features in two forms: features that she is born with, for instance, wealth and family name, and features that an individual can achieve by herself such as education, occupation and job title.

Deephouse (1995) also argues that social status has two facets: descriptive and evaluative. The descriptive facet is related to the position of an individual in a social system on the basis of a number of relevant dimensions commonly related to roles. The evaluative facet refers to the ranking of an individual in terms of the values of a social system such as being important in society (Rostamy et al., 2008). Based on Deephouse’s (1995) two facets of social status, it is thought that evaluative facet of social status may include individuals’ busyness

attribute. Ambition, hard work, and busyness are respected traits and are generally associated with success, importance, and wealth in Western culture. Evidence shows that being busy can evoke pride and is often made public to others through complaining or bragging (Kreider, 2012). Moreover, Bellezza et al. (2017) found that displaying one's busyness and lack of leisure signals status through the value of the person. Based on this evidence, it is thought that busyness may lead to greater inferences of social status and the following hypothesis is formulated:

*H<sub>1</sub>: The higher the level of busyness, the higher the perceptions of the social status of an individual will be.*

In addition to the indicators of one's social status in the eye of others such as publicly consuming luxury goods, displaying busyness and lack of leisure time is another way to communicate status. While research on busyness and social status has been analyzed separately, there is a recent interest among their associations. Research shows that positive status implications originated from long hours of work and lack of leisure time are mediated by the perception that busy individuals have desirable human capital characteristics such as ambition and competence and that this leads them to be seen as rare and preferred individuals in the job market (Bellezza et al., 2017). Bellezza et al. (2017) have investigated how demonstrating busyness in the workplace affects status perceptions in other people's eyes. In one of the experiments, participants read a short characterization of a man who is 35 years old and works long hours and his agenda is constantly occupied. Conversely, participants in the other experiment read that this man does not show any effort for work and has a leisurely way of life. Subsequent to reading these scenarios, participants were asked to rate the perceived social status of the person depicted. As a result, researchers determined that the person who is very busy is seen as having a high status, and that remarkably status ascriptions are profoundly affected by our own opinions concerning social mobility. The more people believe that people have a success chance by working hard, the more people have a tendency to consider that people who do not use leisure time and work all the time have higher status.

### **3. METHODOLOGY**

The aim of this study is to investigate whether devoting more time to work is a demonstration of higher social status. With this aim, the relationship between busyness (i.e. working long hours and lacking leisure time) and social status is examined. Because research on social status has primarily focused on money as an indicator of one's social status, it is

important to know whether the factors (in our case, busyness) other than money have an effect on the perception of one's social status.

The data for the present study were drawn from white-collar employees working in banking, textile, chemical, and construction sectors in Istanbul, Turkey. Data were collected from 225 employees. Convenience sampling was used. Convenience sampling is "a type of nonprobability or nonrandom sampling where members of the target population that meet certain practical criteria, such as easy accessibility, geographical proximity, availability at a given time, or the willingness to participate are included for the purpose of the study." (Etikan, Musa, and Alkassim, 2016, p. 2). Some of the questionnaires used in the research were distributed by the researchers themselves and collected after they were completed by the participants. Another part of the questionnaires was distributed to the participants by easy-to-reach people, back at the end of the response and sent to the researchers in closed envelopes. Data were collected within five months.

Busyness was measured by the Martin and Park Environmental Demands Scale developed by Martin and Park (2003). The scale consists of 11 questions. 7 questions measure Busyness and 4 items measure Routine. Participants were asked to read the questions and place an "X" for each question as it applied to them on a 6-point scale ranging from "always" to "never". Items are presented in the factor analysis in Table 1.

Need for social status was measured with a questionnaire developed by Flynn, Reagans, Amanatullah, and Ames (2006). The scale includes 8 items measuring social status. Respondents were asked to rate the extent to which they agreed with each item by placing an X on a 6-point scale ranging from "totally agree" to "totally disagree". Sample items include "Being a highly valued member of my social group is important to me" and "I enjoy having influence over other people's decision making". Items 2 and 7 were reverse scored.

Subjective social status was measured with an instrument developed by Adler, Epel, Castellazo, and Ickovics (2000). A drawing of a ladder with 10 rungs was answered by respondents, and the ladder was designated as follows: "Think of this ladder as representing where people stand in our society. At the top of the ladder are the people who are the best off, those who have the most money, most education, and best jobs. At the bottom are the people who are the worst off, those who have the least money, least education, and worst jobs or no job." Then, the respondents were requested to put an X on the rung that characterizes their stand on the ladder in the best way.

Two additional questions were added to the questionnaire in a separate section by the authors. One of the questions is “*Do you see yourself as a busy person?*” and the other question is “*Do you think busyness is a status symbol?*” These questions were quite general and used to measure the respondents’ self-opinion about busyness and busyness-social status relationship.

The data is analyzed by using SPSS 22. Reliability analysis, factor analysis, and correlation analysis were run to get the results.

#### **4. FINDINGS**

The were started with the demographic characteristics. Based on the demographic characteristics, 68% of the sample are male and 61% are single. Concerning the education level, 70 % of the sample has a bachelor’s degree. Ages of the respondents range between 22 and 54 and 61% are between the ages of 22 and 30. 76 % of the sample have work experience from 1 to 10 years and 5% have been in working life for more than 19 years. 71% of the sample have a tenure between 1-5 years, 25% between 6-12 years and 4% between 13-22 years.

Reliability analyses of the need for social status and busyness scales were run. The initial reliability analysis of the need for social status scale showed that the second item was lowering the reliability of the scale. Thus, the second item was eliminated from the analysis and Cronbach’s Alpha was found as .705 for the need for social status scale. The eleventh item in the busyness scale was also eliminated from the analysis due to the low value and the reliability analysis was rerun. As a result, Cronbach’s Alpha was found as .700 for the busyness scale.

In order to find the factor structure of need for social status, factor analysis was used by utilizing the principal components solution with a varimax rotation. Any item with a factor loading more than one factor or loading less than .50 was removed from the analysis. Factors with Eigenvalues 1.00 or more were taken into account in total variance explained.

10 items of busyness scale were entered into the factor analysis. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) value was found as .795 which was above the accepted value. This result marked the homogeneous structure of the variables and the result of the Bartlett Test (.000, Chi-Square: 972.027, df: .45) indicated that the variables were appropriate for the factor analysis. Items were loaded on two factors explaining 60.125 % of the total variance. Considering the original factors (busyness and routine) that Martin and Park (2003) found as a result of their study, items in the analysis loaded on the same factors, too. Therefore, the resultant factors were named as busyness and routine. The results of the factor analysis are presented in Table 1.

**Table 1.** Results of the Factor Analysis of the Busyness Scale

<b>Factor 1: Busyness</b>	<b>% variance: 38.937</b>	<b>Factor Loadings</b>
How often are you so busy that you miss scheduled breaks or rest periods?		.881
How busy are you during an average day?		.826
How often do you have too many things to do each day to actually get them all done?		.791
How often do you find yourself rushing from place to place trying to get to appointments or to get things done?		.788
How often are you so busy that you miss your regular meal times?		.705
How often do you have so many things to do that you go to bed later than your regular bedtime?		.588
How often do you rush out of the house in the mornings to get to where you need to be?		.576
<b>Factor 2: Routine</b>	<b>% variance: 21.188</b>	
How often do you get out of bed in the morning and go to bed at night at about the same time?		.860
How often do you eat all of your meals at the same time each day and night?		.828
How often do your days follow a basic routine?		.587

Social status was used as a composite score in the analyses.

In order to investigate the association between social status and busyness, correlation analysis was used. As a result of the correlation analysis, no significant relationship was found between social status and busyness factors, that is our hypothesis was not supported. Results are presented in Table 2.

**Table 2.** Correlations between Social Status and Busyness Factors

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Social Status	1	.003	.041
Busyness		1	-.180**
Routine			1

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### **4.1. Results of the Dichotomous and Subjective Social Status Questions**

Two general questions were asked about busyness and the relationship between busyness and social status. One of the questions was “*Do you see yourself as a busy person?*”. 78% of the respondents answered this question as “Yes”. The second question was “*Do you think busyness is a status symbol?*” 76.5% of the respondents answered this question as “No”.

Subjective social status was also measured by providing a drawing of a ladder with 10 rungs and asked respondents to put an X on the rung that characterizes their stand on the ladder

in the best way. 29% of the respondents think that they stand on the 7<sup>th</sup> rung, 24% on the 6<sup>th</sup>, 3.6% on the 10<sup>th</sup> and 1.3% on the first rung of the ladder in terms of social status.

## **5. DISCUSSION AND CONCLUSION**

Today in the fast-changing global environment, there is a dilemma of being “well-off and time scarce”. Many people hear “I am very busy” as an answer to most of the “How are you?” questions and it has become a trendy answer for the last couple of years. It is not possible to find a person who is not busy nowadays since the “driven perceptions that a busy person possesses desired human capital characteristics and is scarce and in demand on the job market” (Bellezza et al., 2017). It was wondered whether this “I am very busy” answer has anything more than it means. The objective of this study was to make an attempt to understand the relationship between the busyness concept and social status.

Although social status and busyness concepts are demonstrated as interrelated in the literature (e.g. Gershuny, 2005; Bellezza et al., 2017), No significant relationship was found between these two concepts. We also found that although most of the respondents see themselves as a busy person, they do not think that busyness is a status symbol according to the analysis of the two general questions about busyness and the relationship between busyness and social status. These may be because of the evaluation and perception differences on busyness among national cultures (Richards 1998, 1999; cited in Bellezza et al., 2017).

According to Veblen (1899), in his theory of leisure class, there is a division of labor coinciding with the distinction maintained between working and the leisure class that is found in its best development at the higher stages of Barbarian cultures (e.g., feudal Europe and feudal Japan). The upper classes are by custom exempt or excluded from industrial occupations since they are reserved for certain employments to which a degree of honor attached. Status derives from the judgments that other members of the society make of an individual's position in the society and for this position to be established one must display wealth. Veblen (1899) identifies two ways an individual can display wealth and status: through extreme leisure activities and through lavish expenditure on consumption and services. This reveals that busyness is not important for the superior class since they are not required to work but rather engage in wasteful activities.

Indeed, Levine (2005, p. 355) underlines that how people conceive, measure and use time are the temporal norms of the culture, and these norms provide a highly informative framework for the value of people of this culture. Values related to busyness are the most

prominent values which distinguish between cultures in terms of temporal values. Reeves (2015, p. 636) states that income might be an important indicator of social privilege and prestige based on the priorities of national cultures. Bellezza et al. (2017, p. 134) underlined that research has primarily indicated money as an important mean to signal status. However, in their research, they have explored how people spend their time can lead to the same end. The findings of the current study are different from this argument. In Turkey, busyness may not be the only signal for leading to a higher perception of social status contrary to the findings of Bellezza et al. (2017, p. 134). The sample of this study drawn from a Turkish population did not relate to busyness and social status. This shows that there are some other factors that need to be considered, such as income level, while investigating the link between busyness and social status concepts.

Even though no significant relationship was found between busyness and social status, it was found that busyness is a trend among white-collars, because 78% of our respondents answered that they see themselves as busy persons based on our general questions about busyness. Subjective social status was measured with a 10 rungs ladder. According to the findings, even though respondents do not associate busyness and social status, most of the respondents see themselves as having a social status above average.

Differentiation in income, education, profession, industry, and place of living variables identified differences in the patterns of consumption and lifestyle in Turkey (Aydın 2006, p. 463). Money, for example, is not considered to be an economic and rational thing in Turkish society but rather regarded as a means of particular rivalry and magnificence, social reputation and dignity (Ülgener 2006, p. 123). The occupation is the main indicator that reflects the position of the individual in the public space. The sense of the social status of society is considerably shaped by occupation. Nowadays, considering that the gained status for social prestige has become valuable, it can be said with ease that the occupation is among the primary conditions for the acquisition of status. Occupation is a fundamental determinant of the formation of the prestige level of this status as well as of the individual's social status. The level of prestige of social status that an occupation provides for its members is proportional to the level of social prestige of that occupation. Accordingly, the higher the prestige of occupation in the society, the higher the level of prestige of the social status it provides to its members. Therefore, the ability of an individual to gain a high prestigious social status depends primarily on their acquiring a highly prestigious occupation that will provide them with this status. This leads the occupations with a high social reputation to be the focus of continuous interest (İlhan,

2004). People with higher social positions perceiving their social status as essential to their identity and thinking consumption as a core motivation of life buy products and services to distinguish themselves from those lower social positions. According to Yeniaras's research from Turkey in 2016, the high status of the individuals affects their consumption behavior, and persons who consume to raise their social status do so inadvertently. For example, cell phones are perceived as a status symbol by Turkish consumers instead of solely perceiving them as a mobile communication tool (Dörtyol, Coşkun, and Kitapçı, 2018). As seen in the above examples, indicators of the social status of Turkish people vary from occupation to income and to consumption patterns, and this might be the reason why they see themselves as having a social status above average on the 10 rungs ladder and do not associate busyness and social status.

When interpreting the results of the present study, one of the limitations of this research was the small sample size. Larger samples enable the generalizations of the findings and provide more fruitful results. Another limitation was that a specific sector was not selected for the study. In order to obtain more generalizable conclusions on the relationship of busyness and social status, future studies might study these concepts in particular sectors such as information technology, banking or finance where individuals work more than the working hours determined by the law. Future studies may also focus on academicians who have the flexibility to plan and schedule their own work.

Income and national culture might be important variables for future studies to consider while studying these concepts. How individuals perceive and interpret busyness and social status concepts might be different depending on the income level and the cultural values they were raised with.

As for the final words, taking the predictions of Strumilin (1957 cited in Yanowitch 1963), it is advocated that "*as the duration of working time declines with the growth of material abundance, and the nature of work becomes less burdensome and more creative, working time – like free time – becomes primarily an activity in which the full development of human capacities as an end in itself becomes capable of realization*" that is; all busy time becomes leisure time. And perhaps the question will not be how many minutes less we work (and busy now) than we did a century ago, or tomorrow; however, the question will be what the constraints or possibilities of a given time unit such as the use of each hour are (Kaplan, 1968).



## REFERENCES

- Adler, N.E., Epel, E.S., Castellazo, G. & Ickovics, J.R. (2000). "Relationship of subjective and objective social status with psychology and physiological functioning: Preliminary data in healthy white women". *Healthy Psychology*, 19(6), 586-592.
- Alfonsi, G., Conway, M. & Pushkar, D. (2011). "The lower subjective status of neurotic individuals: Multiple pathways through occupational prestige, income and illness". *Journal of Personality*, 79 (3), 619-642.
- Alford, H. (2012). "If I do humblebrag so myself, *New York Times*, December 2, ST2. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2012/12/02/fashion/bah-humblebrag-the-unfortunate-rise-of-false-humility.html>
- Aydın, K. (2006). "Social Stratification and Consumption Patterns in Turkey", *Social Indicators Research*, 75(3):463-501.
- Bellezza, S., Paharia, N. & Keinan, A. (2017). "Conspicuous consumption of time: When busyness and lack of leisure time become a status symbol". *Journal of Consumer Research*, 44, 118-138.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Deephouse, D.L. (1995). Status. in N Nicholson, *Dictionary of Organisational Behaviour*. London: Blackwell Publisher.
- Dörtyol, İ. T., Coşkun, A., & Kitapçı, O. (2018). A Review of Factors Affecting Turkish Consumer Behavior. In S. Ozturkcan & E. Yolbulan Okan (Eds), *Marketing Management in Turkey*, (pp.105-140). Emerald Publishing.
- Dubois, D. & Ordabayeva, N. (2015). Social Hierarchy, Social Status and Status Consumption, In M. I., Norton, D. D. Rucker, C. Lambertson (Eds.), *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology*, (pp: 332-367). Cambridge University Press.
- Dumazedier, J. (1967). *Toward a society of leisure*. Free Press.
- Etikan, İ., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling". *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1): 1-4.
- Falato, A., Kadyrzhanova, D., & Lel, U. (2014). "Distracted directors: Does board busyness hurt shareholder value?". *Journal of Financial Economics*, 113(3), 404-426.
- Fine, G. A. (1990). "Organizational time: Temporal demands and the experience of work in restaurant kitchens". *Social Forces*, 69(1), 95-114.
- Fişek, M. H., Berger, J. & Norman, R. Z. (2005). "Status Cues and the Formation of Expectations", *Social Science Research*, 34(1), 80-102.
- Flynn, F. J., Reagans, R. E., Amanatullah, E. T., & Ames, D. R. (2006). "Helping One's Way to the Top: Self-Monitors Achieve Status by Helping Others and Knowing Who Helps Whom", *Journal of Personality and Social Psychology*, 91 (6), 1123-1137.
- Forray, J. M., & Woodilla, J. (2002). "Temporal spans in talk: doing consistency to construct fair organization". *Organization Studies*, 23(6), 899-916.
- Gershuny, J. (2005). "Busyness as the badge of honor for the new superordinate working class". *Social Research* 72(2): 287-314.
- Hsee, C. K., Yang, A. X., & Wang, L. (2010). "Idleness aversion and the need for justifiable busyness". *Psychological Science*, 21(7), 926-930.
- İlhan, S. (2004). "Bazı Temel İşlevleri ve Artan Önemi Açısından Meslek" [Occupation in Terms of its Some Main Functions and Increasing Importance], *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*; 132-137.
- Kaplan, M. (1968). "Leisure as an issue for the future". *Futures*, 1(2), 91-99.
- Kleemeier, R. W. (Ed.). (1961). *Aging and leisure: a research perspective into the meaningful use of time*. Oxford University Press.
- Kreider, T. (2012). The Busy Trap, *New York Times*, June, 30, 2012. <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2012/06/30/the-busy-trap/>

- Levine, R. (2005). "A Geography of Busyness", *Social Research: An International Quarterly*, 72(2), 355-370.
- Martin, M. & Park, D.C. (2003). "The Martin and Park environmental demands (MPED) questionnaire: Psychometric properties of a brief instrument to measure self-reported environmental demands". *Aging Clinical and Experimental Research*, 15, 77-82.
- O'Brien-Pallas, L., Irvine, D., Peereboom, E., & Murray, M. (1997). "Measuring nursing workload: understanding the variability". *Nursing Economics*, 15(4), 171-183.
- Reeves, A. (2015). "Neither Class nor Status: Arts Participation and the Social Strata", *Sociology*, 49 (4), 624–642.
- Rogers, R.G. & Onge, J.M.S. (2007). "Socioeconomic status, health, and mortality". Blackwell encyclopedia of sociology. Retrieved May 21, 2009, from <http://www.sociologyencyclopedia.com>
- Rostamy,A.A.A., Hosseini, H.K., Azar, A., Khaef-Elahi, A.A. and Hassanzadeh, A. (2008). "Employees' social status in Iranian public and government organizations: Effect of individual, organizational and social factors". *Singapore Management Review*, 30(1), 77-98.
- Schulte, B. (2014). *Overwhelmed: work, love, and play when no one has the time*, New York: Sarah Crichton Books.
- Thompson, D. S., O'leary, K., Jensen, E., Scott-Findlay, S., O'Brien-Pallas, L., & Estabrooks, C. A. (2008). "The relationship between busyness and research utilization: it is about time". *Journal of Clinical Nursing*, 17(4), 539-548.
- Ülgener, S. F. (2006). "İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası: Fikir ve Sanat Tarihi Boyu Akisleri ile bir Portre Denemesi", [The Economic Disintegration of the Moral and Mental Sphere], İstanbul: Derin yayınları.
- Williams, F. (1986). *The Communications Revolution*, CA: Sage Publications.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. In the *Collected Works of Thorstein Veblen*. Vol. 1. Reprint, London: Routledge, 1994, 1-404.
- Wilson, V. J., McCormack, B. G., & Ives, G. (2005). "Understanding the workplace culture of a special care nursery". *Journal of Advanced Nursing*, 50(1), 27-38.
- Yanowitch, M. (1963). "Soviet patterns of time use and concepts of leisure". *Europe-Asia Studies*, 15(1), 17-37.
- Yeniaras, V. (2016). "Uncovering the relationship between materialism, status consumption and impulsive buying: newfound status of Islamists in Turkey". *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 15(44): 153-177.

**Citation:** Işık, Ö. (2019), Türkiye'de Hayat Dışı Sigorta Sektörünün Finansal Performansının CRITIC Tabanlı TOPSIS ve MULTIMOORA Yöntemiyle Değerlendirilmesi, BMIJ, (2019), 7(1): 542-562  
doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1090>

## TÜRKİYE'DE HAYAT DIŞI SİGORTA SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL PERFORMANSININ CRITIC TABANLI TOPSIS VE MULTIMOORA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Özcan IŞIK<sup>1</sup>

Received (BaşvuruTarihi): 05/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 22/03/2019

Published Date (YayınTarihi): 25/03/2019

### ÖZ

*Firmaların finansal performans değerlendirmesi çok kriterli karar verme problemlerinden biridir. Bu çalışmada Türk sigorta sektörünün oldukça önemli bir parçasını oluşturan hayat dışı sigorta şirketlerinin 2009-2017 dönemine ilişkin genel performansının analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Analiz kapsamında sektöre özgü 10 adet finansal oran (prim/özsermaye, özsermaye/varlık toplamı, özsermaye/teknik karşılıklar, prim alacakları/özsermaye, sermaye yeterlilik oranı, teknik karşılık oranı, cari oran, likidite oranı, özsermaye karlılığı ve aktif karlılığı) kullanılmıştır. Çok kriterli karar verme tekniklerinden TOPSIS (MULTIMOORA) yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen analiz neticesinde Türkiye'de hayat dışı sigorta branşlarının en başarılı olduğu yılın 2017 (2009) olduğu, bununla beraber en başarısız olduğu yılın ise 2012 olduğu tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Hayat Dışı Sigorta Sektörü, Finansal Performans, CRITIC, TOPSIS, MULTIMOORA

**Jel Kodları:** C65, G30

## EVALUATION OF FINANCIAL PERFORMANCE OF NON-LIFE INSURANCE SECTOR IN TURKEY BY CRITIC BASED TOPSIS AND MULTIMOORA

### ABSTRACT

*Financial performance evaluation of firms is one of the multi-criteria decision making problems. This study aims at analyzing the overall performance of non-life insurance companies, which constitute a very important part of the Turkish insurance sector for the period 2009-2017. Within the scope of the analysis, 10 sector-specific financial ratios (premium / shareholders' equity, shareholders' equity/ total assets, shareholders' equity/ technical reserves, premium receivables / shareholders' equity, capital adequacy ratio, technical reserves ratio, current ratio, liquidity ratio, return on equity and return on assets) for evaluation criteria are employed. As a result of the analysis performed using the TOPSIS (MULTIMOORA) method, which is one of the multi-criteria decision making techniques, it is determined that for non-life insurance branches in Turkey, while the most successful year is 2017(2009), the most unsuccessful year is 2012.*

**Keywords:** Non-Life Insurance Sector, Financial Performance, CRITIC, TOPSIS, MULTIMOORA

**Jel Codes:** C65, G30

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, [ozcan@live.com](mailto:ozcan@live.com)

<http://orcid.org/0000-0003-2230-8738>

## 1. GİRİŞ

Günümüzde sigortacılık sektörü sadece gelişmiş ekonomilerde değil aynı zamanda gelişmekte olan ekonomilerde de finansal hizmet sektörünün en önemli aktörlerinden biridir. Bir ekonomik sistem içinde sigorta şirketlerinin varlığı; uzun vadeli tasarruf ve yatırımların teşvik edilmesine, işlem maliyetlerinin azaltılmasına, likidite yaratılmasına, yatırımlarla ilgili ölçek ekonomilerinin etkinlik düzeyinin artmasına ve finansal kayıpların en aza indirilmesine önemli katkıları bulunmaktadır.

Sigorta şirketleri, bireylerin ve firmaların maruz kalabilecekleri riskleri bir prim karşılığında transfer edilmesine olanak sağlayarak ekonomide çok önemli bir fonksiyon üstlenmektedirler. Ayrıca, sigorta şirketleri sigortacılık ve reasürans faaliyetleri ile birden fazla tarafa risk transferi yaparak finansal sistemin istikrarını artırabilir (Başpınar, 2005:5; Caporale vd., 2017:108). Risk transfer mekanizması olmasının yanı sıra sermaye piyasalarının uzun vadeli kurumsal yatırımcısı olarak sigorta şirketleri, yatırım faaliyetleri ile ülke ekonomisinin gelişmesine ve büyümesine finansal kaynak sağlayarak ekonominin genel performansını etkileyebilir (Haiss ve Sümegi, 2008:413; Oscar Akotey vd., 2013:286; Akyüz ve Kaya, 2013:355). Bununla beraber, sigorta şirketlerinin göstermiş olduğu kötü performans bir taraftan finansal sistemin istikrarının bir bütün olarak bozulmasına diğer taraftan da sistemik riski tetikleyerek reel ekonominin olumsuz yönde etkilenmesine neden olabilir (Haiss ve Sümegi, 2008:408-409; Caporale vd., 2017:107).

Diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de sağlıklı ve iyi işleyen bir sigorta sektörünün finansal sistemin istikrarı üzerindeki önemli etkileri göz alındığında, sektörün finansal performansının değerlendirilmesine yönelik çalışmalara olan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, ÇKKV yöntemlerinden CRITIC, TOPSIS ve MULTIMOORA kullanarak küresel finansal krizi sonrasında 2009-2017 dönemi için hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansı belirlenmektir.

Bu çalışmanın izleyen bölümlerinde öncelikli olarak konuya ilişkin ampirik literatür irdelenmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılan CRITIC, TOPSIS ve MULTIMOORA yaklaşımları ve çalışmanın örnekleme açıklanmıştır. Çalışmanın bulguları yorumlandıktan sonra sonuç kısmı oluşturulmuştur.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatür incelemesinde sigorta sektörünün performansını değerlemeye yönelik birçok çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmalarda TOPSIS, Gri İlişkisel Analiz, Veri Zarflama Analizi, MULTIMOORA, PROMETHEE, VIKOR gibi çeşitli çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleri kullanılmıştır. Bu çalışmaların bazılarında ait özet bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 1.** Sigorta Sektöründe ÇKKV Teknikleri Kullanılarak Yapılan Bazı Çalışmalar

Yazarlar	Örneklem	Dönem	Yöntem	Bulgular
Bayramoğlu ve Başarır (2016)	BİST’te işlem gören 6 sigorta şirketi	2011-2014	TOPSIS	Çalışmada 2011, 2012 ve 2013’te Ak sigortanın, 2014’te ise Anadolu sigortanın finansal açıdan en başarılı şirketler olduğu tespit edilmiştir.
Perçin ve Sönmez (2018)	BİST’te işlem gören 5 sigorta şirketi	2016	Bütünleşik Entropi Ağırlık Yöntemi ve TOPSIS Yöntemi	Çalışmada en yüksek ağırlığa sahip kriterin kaldıraç oranı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca TOPSIS yöntemine göre Aksigorta (Aviva Sigorta) şirketi finansal performans açısından ilk (son) sıradadır.
Akhisar ve Tunay (2016)	24 emeklilik ve hayat sigortası şirketi	2009-2013	AHP ve TOPSIS yöntemleri	Analiz dönemindeki tüm yıllarda Anadolu hayat emeklilik şirketi performansı en yüksek şirkettir.
Akyüz ve Kaya (2013)	Hayat dışı ve hayat/emeklilik şirketleri	2007-2011	TOPSIS	Bulgular göstermektedir ki hem hayat dışı sigorta şirketlerinin hem de hayat/emeklilik şirketlerinin finansal açıdan en başarılı olduğu yıl 2007’dir.
Kula vd. (2016)	BİST’e kote olmuş 8 sigorta şirketi	2013	Gri İlişkisel Analiz	Finansal performans etkinlik sıralamasında Ak Sigorta ilk sırada Aviva Sigorta ise son sıra yer almaktadır.
Elitaş vd. (2012)	İMKB’ye kote 7 sigorta firması	2010 ve 2011	Gri İlişkisel Analiz	Çalışmada performansı en yüksek (düşük) olan firmanın Aksigorta (Aviva Sigorta) olduğu rapor edilmiştir.
Peker ve Baki (2011)	3 sigorta şirketi	2008	Gri İlişkisel Analiz	Çalışmada şirketlerin likidite düzeyleri ile finansal performansları arasında doğrusal bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Köse (2010)	18 sigorta (hayat ve hayat/emeklilik) şirketi	2004-2008	Veri Zarflama Analizi	Bulgular 3 şirketinin (Acıbadem, Birlik hayat ve Başak Groupama emeklilik) incelen tüm yıllarda finansal etkinliğe ulaştıklarına işaret etmektedir.
Çetintaş ve Biçen (2012)	28 hayat dışı sigorta şirketi	2008-2010	Veri Zarflama Analizi	Analiz döneminin tümünde etkin bulunan sigorta şirketi sayısı 7’dir.
Özaktaş (2017)	30 hayat dışı sigorta şirketi	2002-2015	Veri Zarflama Analizi	Çalışmada diğer şirketlere kıyasla büyük şirketlerin daha yüksek etkinlik ortalamasına sahip olduğu rapor edilmiştir. Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu da borsada işlem görme durumunun şirketlerin etkinlik düzeyi ile ilişkili olmamasıdır.
Altan (2010)	Hayat dışı branşında faaliyet	2005-2007	Veri Zarflama Analizi	İncelenen tüm dönemlerde etkin olan şirket sayısı 10’ken, etkinlik skoruna ulaşamayan şirket sayısı 6’dır.

	gösteren 25 sigorta şirketi			
Çağlar ve Öztaş (2016)	8 hayat dışı sigorta şirketi	2014	Veri Zarflama Analizi ve Analitik Hiyerarşi Süreci	Çalışmada finansal oranlar açısından en etkin iki şirket sırasıyla ZiraatSigortave Liberty Sigorta'dır. .
Ömürbek ve Özcan (2016)	BIST'te işlem gören 6 sigorta şirketi	2016	MULTIMOORA	Bulgulara göre, Halk sigorta (Aviva sigorta) şirketi en yüksek (en düşük) performans skoruna sahiptir.
Bülbül ve Köse (2016)	Hayat dışı sigorta şirketleri	2010-2013	PROMETHEE Yöntemi	Analiz sonuçları göstermektedir ki 2013 yılı hariç diğer yıllarda performans açısından en yüksek skorlar BNP Paribas Cardif şirketine aittir. 2013 yılında ise ilk sırada Axa Sigorta şirketi yer almaktadır.
Akhisar (2014)	10 büyük ölçekli hayat dışı sigorta şirketi	2006-2010	Analitik Ağ Süreci	Analizin bulgularına göre, 2006 ve 2007'de Türkiye Genel Sigorta diğer yıllarda ise Mafre Genel Sigorta en yüksek performansa sahip sigorta şirketlerdir. Çalışmada ayrıca 2006 ve 2007'de Başak Groupama Sigortanın, 2008 ve 2010'da Allianz Sigortanın ve 2009'da ise Anadolu Sigortanın en düşük finansal performansa sahip sigorta şirketleri oldukları tespit edilmiştir.
Çakır (2016)	BIST'e kote edilmiş 6 sigorta şirketlerini	2014	Ağırlıklandırılmış hedef programlama ve aralık VIKOR yöntemi	Çalışmada en iyi sigorta şirketinden en kötü sigorta şirketine doğru finansal performans sıralaması yapılmıştır.
Akpınar ve Yıldız (2018)	Hayat dışı sigorta şirketleri	2007-2016	TOPSIS	Çalışmada sektörün en başarılı olduğu yılın 2016 yılı olduğu bununla beraber en başarısız olduğu yılın ise 2007 yılı olduğu rapor edilmiştir.

Tablo 1'de yer alan çalışmalar incelendiğinde Akyüz ve Kaya (2013) ve Akpınar ve Yıldız (2018) tarafından yapılan çalışmalarda sigorta sektörünün performansı ele alınırken, diğer çalışmalarda sigorta sektöründe faaliyette bulunan şirketlere ilişkin performans değerlendirilmesi yapılmıştır.

### 3. TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

2007 yılında yayınlanan Sigorta Branşlarına İlişkin Tebliğ'de sigorta branşları hayat dışı sigortaları ve hayat sigortaları olarak ikiye ayrılmıştır. Bu ayrımın mal sigortaları ve can sigortaları arasındaki farklılıklar dikkate alınarak yapıldığı ifade edilebilir. Sorumluluk sigortaları mal sigortaları içerisinde değerlendirilmesine karşın hastalık ve sağlık branşları can sigortaları kapsamında ele alınmaktadır. Mal sigortalarının temel amacı sigortalanan menfaatin hasardan önceki duruma getirilmesi olmasına rağmen can sigortalarının konusu sigortalının hayatına ilişkin riskler ve vücudunun karşılaşılabileceği tehlikelerdir (Güvel ve Güvel, 2008; Uralcan, 2011; Yaslıdağ, 2017).

Türk sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin faaliyet alanlarına göre dağılımı Tablo 2’de sunulmaktadır. Tablo 2 incelendiğinde yıllar itibariyle şirket sayısının çok fazla artış gösterdiğini söylemek mümkün değildir. 2009 yılında sektörde toplam 57 şirket faaliyet gösterirken 2017 yılında bu rakam 62’dir. Şirket sayıları branşlar açısından irdelendiğinde hayat dışı sigorta şirketi sayısının bütün yıllarda hayat ve emeklilik şirketlerinden daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 2.** Türk Sigorta Sektörüne Faaliyette Bulunan Sigorta Şirketleri

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hayat Dışı Sigorta Şirket Sayısı	33	34	35	35	36	38	36	37	38
Hayat ve Emeklilik Sigorta Şirketi Sayısı	23	23	23	23	24	24	23	22	22
Reasürans Şirket Sayısı	1	1	1	1	1	1	1	2	2
<b>Toplam Sigorta Şirketi Sayısı</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>61</b>	<b>63</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>62</b>

**Kaynak:** Hazine ve Maliye Bakanlığı Sigorta Denetleme Kurulu, Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Raporlar (2009-2017).

Tablo 3’te Türk sigorta sektörünün 2009-2017 yılları arasındaki prim üretimi ve tazminat ödemesi verilerine yer verilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü üzere 9 yıllık rakamlar incelendiğinde hem hayat dışı hem de hayat ve emeklilik şirketlerinin prim üretim miktarları artış göstermektedir. Bu durum yıllar itibariyle toplam prim üretim miktarına da yansımıştır. 2009 yılında toplam prim üretimi 12.436 milyon Türk Lirası olmasına karşın bu rakam 2017 yılında 46.556 milyon Türk Lirası’dır. Branşlar bazında değerlendirme yapıldığında hayat dışı branşlarda üretilen prim miktarının toplam üretilen prim miktarı içerisinde büyük bir paya sahip olduğu söylenebilir. Keza bu durumun bütün yıllar için geçerlidir. Prim üretim miktarındaki artışa paralel olarak 9 yıllık süreçte ödenen toplam tazminat miktarı da istikrarlı olarak artış göstermektedir. 2009 yılında toplam 8.700 milyon Türk Lirası tazminat ödemesi yapılmış olmasına rağmen bu rakam 2017 yılında 21.700 milyon Türk Lirası olarak gerçekleşmiştir. Prim üretimindeki hayat dışı branşların payı tazminat ödemelerinde de kendisini gösterdiği ifade edilebilir. Bu sonuçlar hayat dışı sigorta şirketlerinin diğer şirketlere kıyasla Türk sigorta sektörü için önemini ortaya koymaktadır.

**Tablo 3.** Türk Sigorta Sektörüne İlişkin Prim Üretimi Ve Tazminat Ödemesi Verileri (milyon Türk Lirası)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hayat Dışı Prim Üretimi	10.614	11.949	14.479	17.118	20.832	22.711	27.296	35.450	39.712
Hayat ve Emeklilik Prim Üretimi	1.822	2.181	2.685	2.710	3.395	3.280	3.761	5.039	6.844
<b>Toplam Prim Üretimi</b>	<b>12.436</b>	<b>14.130</b>	<b>17.164</b>	<b>19.829</b>	<b>24.227</b>	<b>25.991</b>	<b>31.056</b>	<b>40.488</b>	<b>46.556</b>
Hayat Dışı Tazminat Ödemesi	6.700	6.900	8.000	9.200	9.500	10.900	13.400	15.200	18.400
Hayat Tazminat Ödemesi	1.800	1.800	1.900	2.000	2.400	2.500	2.600	3.000	3.300
<b>Toplam Tazminat Ödemesi</b>	<b>8.500</b>	<b>8.700</b>	<b>9.900</b>	<b>11.200</b>	<b>11.800</b>	<b>13.400</b>	<b>15.900</b>	<b>18.100</b>	<b>21.700</b>

**Kaynak:** Hazine ve Maliye Bakanlığı Sigorta Denetleme Kurulu, Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyetleri Hakkında Raporlar (2009-2017).

#### 4. METODOLOJİ

Bu başlık altında kriter ağırlıklandırılmasında kullanılan CRITIC yaklaşımı, performans değerlendirilmesinde kullanılan TOPSIS ve MULTIMOORA yaklaşımları ve çalışmanın örnekleme açıklanacaktır.

##### 4.1. CRITIC (Criteria Importance Through Intercriteria Correlation) Yaklaşımı

Kriter ağırlıklarının belirlenmesi sürecinde karar vericinin bilgisine, tecrübesine ve tercihlerine dayanan sübjektif ağırlıklandırma yöntemleri analiz sonuçlarının güvenilirliği konusunda şüphe yaratmaktadır (Kazan ve Özdemir, 2014:209; Akyüz ve Aka, 2017:35-36). Diakoulaki vd. (1995) tarafından geliştirilen CRITIC yaklaşımı objektif ağırlıklandırma yöntemlerinden biridir. Bu yaklaşımda kriterlere ilişkin standart sapmalar ve kriterler arasındaki etkileşim ilişkileri dikkate alınarak karar sürecinde yer alan kriterlerin önem düzeyleri objektif bir şekilde hesaplanabilmektedir. Bu yaklaşımın aşamaları şu şekildedir (Diakoulakivd., 1995:765; Akyüz ve Aka, 2017:36; Ünlü vd., 2017:71; Demircioğlu ve Coşkun, 2018:188).

**Aşama 1:** m sayıda alternatif ve n sayıda kriter içeren bir karar verme problemi için karar verme matrisi oluşturulur. Karar matrisinin satırlarında üstünlükleri sıralanmak istenen alternatifler, sütunlarında ise karar vermede kullanılacak kriterler yer alır. A matrisi karar verici tarafından oluşturulan başlangıç matrisi olup aşağıdaki gibi ifade edilebilir:



$$A = \begin{matrix} & K_1 & K_2 & \cdots & K_n \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2n} \\ \cdot & \cdot & & \cdot \\ \cdot & \cdot & & \cdot \\ \cdot & \cdot & & \cdot \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} \end{matrix} \quad (1)$$

Burada  $A_1, A_2, \dots, A_m$  alternatifleri,  $K_1, K_2, \dots, K_n$  ise karar kriterlerini göstermektedir.  $x_{ij} (i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n)$   $A_i$  alternatifinin  $K_j$  kriterine göre aldığı değeri ifade etmektedir.

**Aşama 2:**  $A$  matrisinin elemanlarını standardize ederek  $R$  matrisi elde edilir. Bu amaçla fayda (maliyet) yönlü kriter için 2(3) no'lu denklem kullanılır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{\max} - x_{ij}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (3)$$

**Aşama 3:** Bu aşamada 4 no'lu denklem yardımıyla kriterler arası ilişki derecesi tespit edilir.

$$\rho_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)(r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \sum_{i=1}^m (r_{ik} - \bar{r}_k)^2}}, \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

**Aşama 4:** Kriterler arasındaki ilişki derecesi belirlendikten sonra  $C_j$  değeri hesaplanır. Bu amaçla öncelikle  $j$ . kriterin standart sapma değerini gösteren  $\sigma_j$  değeri 5 no'lu denklem kullanılarak hesaplanır.

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2}{m}} \quad (5)$$

$j$ . kriterin içerdiği bilgi miktarını gösteren  $C_j$  değeri 6 no'lu denklem kullanılarak hesaplanır.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - t_{jk}), \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (6)$$

**Aşama 5:** Son aşamada 7 no'lu denklem kullanılarak kriter ağırlıkları elde edilir.

$$w_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^n C_k}, \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

## 4.2. TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)

### Yaklaşımı

TOPSIS yaklaşımı, Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilen çok kriterli karar verme yöntemlerinden biridir. TOPSIS yöntemi pozitif ideal çözüm ve negatif ideal çözüm noktalarını belirleyerek, ideal çözüme en yakın karar noktalarının (alternatiflerin) belirlenmesine dayanır. Pozitif (negatif) ideal çözüm faydayı maksimize (minimize) ederken maliyeti minimize (maksimize) etmektedir. Belirli kriterler altında seçilecek en uygun alternatif; pozitif çözüme en yakın, negatif çözüme en uzaklandır (Hwang ve Yoon, 1981;128: Yousef ve Hadi-Vencheh, 2010:8546; Tzeng ve Huang, 2011:182). TOPSIS yaklaşımı 6 adımdan oluşan bir çözüm sürecini içerir. Yöntemin uygulama aşamaları aşağıda sırasıyla tanımlanmıştır.

**Aşama 1:** CRITIC yaklaşımda olduğu gibi bu yaklaşımda da ilk başta başlangıç karar matrisi (A) oluşturulur.

**Aşama 2:** Normalize edilmiş karar matrisi (R), karar matrisi (A)'nın elemanlarından yararlanılarak oluşturulur. Burada her kritere ait değerler, o kriterlerin kareleri toplamının kareköküne bölünerek elde edilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (8)$$

**Aşama 3:** Kriterlere ilişkin ağırlık değerleri  $w_i$  belirlendikten sonra R matrisinin her bir sütunundaki elemanlarla ilgili  $w_i$  değeri ile çarpılarak V matrisi oluşturulur.

**Aşama 4:** İdeal ( $A^+$ ) ve negatif ideal ( $A^-$ ) çözümlerin oluşturulması

$$A^+ = \{v_1^+, v_1^+, \dots, v_n^+\} \text{ (en yüksek de\u011ferler)} \quad (9)$$

$$A^- = \{v_1^-, v_1^-, \dots, v_n^-\} \text{ (en d\u00fc\u015fik de\u011ferler)} \quad (10)$$

**A\u015fama 5:** TOPSIS y\u00f6nteminde her bir alternatifte ili\u015fkin kriter de\u011ferinin pozitif ve negatif ideal \u00e7\u00f6z\u00fcm setinden sapmalarının bulunabilmesi i\u00e7in Euclidean uzaklık yakla\u015fımından yararlanılmaktadır. Alternatiflerin pozitif ideal ( $S_i^+$ ) ve negatif ideal ( $S_i^-$ ) \u00e7\u00f6z\u00fcm noktalarına uzaklıkları sırasıyla 2 ve 3 no'lu denklemler aracılı\u011fı ile hesaplanır:

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (11)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (12)$$

**A\u015fama 6:** Her bir karar noktasının ideal \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00e9 g\u00f6reli yakınlı\u011fının ( $C_i^*$ ) hesaplanmasında pozitif ideal ve negatif ideal uzaklık \u00f6l\u00e7\u00fclerinden yararlanır. İdeal \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00e9 g\u00f6reli yakınlık de\u011ferinin hesaplanması 4 no'lu denklemde ifade edilen form\u00fclle g\u00f6sterilmi\u015ftir.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+} \quad (13)$$

Burada  $C_i^*$  de\u011feri  $0 \leq C_i^* \leq 1$  aralı\u011fında de\u011fer alır. Bir alternatifte ait  $C_i^*$  de\u011feri 1'e yakla\u015ftık\u00e7a pozitif ideal \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00e9,  $C_i^*$  de\u011feri 0'a yakla\u015ftık\u00e7a ilgili karar noktasının negatif ideal \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00e9 yakla\u015fir. Daha sonra alternatifler (karar noktaları) yakınlık katsayılarına g\u00f6re sıralanarak en y\u00fcsek (en d\u00fc\u015fik)  $C_i^*$  de\u011ferine sahip alternatif, performansı en iyi (en k\u00f6t\u00fc) olan alternatif olarak de\u011ferlendirilir.

### **4.3. MOORA (Multi-Objective Optimization on The Basis of Ratio Analysis)**

#### **Yakla\u015fımı**

Brauers ve Zavadskas (2006) tarafından geli\u015ftirilen MOORA y\u00f6ntemi, farklı \u00f6ng\u00f6r\u00fclerin gruplandırılmasına dayanmakta ve \u00c7KKV problemlerinin \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00fcnde son yıllarda sıklıkla kullanılmaktadır. Alternatifler ve kriterler arasındaki t\u00fcm etkile\u015fimlerini aynı anda dikkate alan ve alternatiflerin kar\u015fıla\u015ftırılmasında etkili bir ara\u00e7 olan MOORA yakla\u015fımı kapsamında MOORA-oran, MOORA-\u00f6nem katsayısı, MOORA-referans noktası, MOORA-tam \u00e7arpım formu ve MULTIMOORA adlarıyla farklı versiyonları geli\u015ftirilmi\u015ftir (Brauers ve Zavadskas, 2006: 446; \u00d6zbek, 2017: 183-184). Bu yakla\u015fım \u00e7er\u00e7evesinde uygulanacak a\u015famalar a\u015fa\u011fıda \u00f6zetlenmektedir:

**Aşama 1:** CRITIC ve TOPSIS yaklaşımlarında olduğu gibi öncelikle karar matrisi (A) oluşturulur.

**Aşama 2 ve 3:** TOPSIS yaklaşımında detaylı olarak ifade edildiği gibi karar matrisi (A) normalize edilerek normalize edilmiş (R) matrisine normalize edilmiş (R) matrisi de ağırlıklandırılarak ağırlıklı normalize (V) matrisi elde edilir.

**Aşama 4:** MOORA-Oran Metodu

$$y_i^* = \sum_{j=1}^g x_{ij}^* - \sum_{j=g+1}^n x_{ij}^* \quad (14)$$

Yukarıdaki denklemde g, maksimize edilecek kriter sayısını, (n-g), minimize edilecek kriter sayısını göstermek üzere  $y_i^*$  i. alternatifin tüm kriterlere göre normalleştirilmiş değerini ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre  $y_i^*$  sıralamasında ilk sıradaki alternatif en uygun alternatif olarak kabul edilir.

**Aşama 5:** MOORA-Referans Noktası Metodu

Bu yaklaşımda bir önceki yaklaşımda bulunan ağırlıklandırılmış normalize değerler dikkate alınarak kriterlerin maksimizasyon ve minimizasyon durumlarına göre referans noktaları  $r_j$  oluşturulur. Alternatiflerin kriterlere göre referans noktasına olan uzaklıkları 15 no'lu denklem aracılığıyla hesaplanır:

$$d_{ij} = |r_j - x_{ij}^*| \quad (15)$$

$$P_i = \min_i (\max_j d_{ij}) \quad (16)$$

16 no'lu denklem kullanılarak her alternatifin en yüksek değeri ( $P_i$ ) hesaplandıktan sonra alternatifler en küçük değerden en büyük değere doğru sıralanır. Bu yaklaşımda ilk sırada yer alan alternatif en iyi alternatif olarak değerlendirilir.

**Aşama 6:** MOORA-Tam Çarpım Formu Metodu

Bu yaklaşımda sürecin başındaki başlangıç karar matrisi kullanılmaktadır. Başlangıç karar matrisinde yer alan kriterlerin fayda ve maliyet yönlü durumları dikkate alınarak her alternatifin skorları ( $U_i$ ) 17 no'lu denklem kullanılarak hesaplanmaktadır.

$$U_i = \frac{A_i}{B_i} \quad (17)$$

Yukarıdaki denklemde yer alan  $A_i$  ve  $B_i$  değerleri 18 ve 19 no'lu denklemler kullanılarak elde edilmektedir.

$$A_i = \prod_{g=1}^j x_{gj}, \quad i = 1, 2, 3, \dots, m \quad (18)$$

$$B_i = \prod_{k=j+1}^n x_{ki} \quad (19)$$

Sürecin sonunda hesaplanan  $U_i$  değerleri en büyük değerden en küçük değere doğru sıralanarak ilk sıradaki alternatifin en iyi alternatif olduğuna karar verilir.

#### **Aşama 7: MULTIMOORA**

Brauers ve Zavadskas (2010) tarafından önerilen MULTIMOORA yaklaşımı, daha önce ifade edilen üç MOORA yaklaşımı ile elde edilen sıralamaların sıra baskınlık teorisi (Ordinal Dominance Theory) doğrultusunda son bir kez karşılaştırılarak tek bir sıralama oluşturulmasına dayanır. Bu yöntemde alternatiflerin genel performans sıralamasındaki yerleri belirlenirken dört durum dikkate alınır. Bunlar sırasıyla baskınlık, geçişlik, eşitlik ve döngüsel muhakemedir (Ömürbek ve Özcan 2016; Özbek, 2017).

#### **4.4. Çalışmanın Örnekleme**

Bu çalışmanın amacı 2008 küresel finansal krizi sonrasında 2009-2017 yıllarını kapsayan dönemde Türk sigortacılık sektörünün hayat dışı sigortalar branşlarının finansal performansını CRITIC, TOPSIS ve MULTIMOORA tekniği ile analiz etmektir. Çalışmada kullanılan örneklem 2009-2017 yılları arasında Hazine ve Maliye Bakanlığı Sigorta Denetleme Kurulu'nun resmi web sayfasında yayınlamış olduğu sigortacılık ve bireysel emeklilik faaliyet raporlarındaki 10 adet finansal oranı kapsamaktadır. Söz konusu finansal oranlar (karar kriterleri) ve bu oranlara ilişkin karar vericilerin amaçları Tablo 4'te sunulmaktadır.

**Tablo 4.** Finansal Oranlar ve Kodları

<b>Finansal Oranlar</b>	<b>Kodlar</b>	<b>Amaç(Nitelik)</b>
Prim/Özsermaye	K1	Maliyet(Minimum)
Özsermaye/VarlıkToplamı	K2	Fayda(Maksimum)
Özsermaye/TeknikKarşılıklar	K3	Fayda(Maksimum)
Prim Alacakları/Özsermaye	K4	Maliyet(Minimum)
Sermaye Yeterlilik Oranı	K5	Fayda(Maksimum)
Teknik Karşılık Oranı	K6	Maliyet(Minimum)
Cari Oran	K7	Fayda(Maksimum)
Likidite Oranı	K8	Fayda(Maksimum)
ÖzsermayeKarlılığı	K9	Fayda(Maksimum)
Aktif Karlılık	K10	Fayda(Maksimum)

## 5. BULGULAR

Bu alt başlıkta CRITIC ağırlıklandırma yaklaşımı ve TOPSIS ve MULTIMOORA değerlendirme teknikleri kullanılarak ulaşılan sonuçlar ele alınacaktır.

### 5.1. CRITIC Yaklaşımına İlişkin Sonuçlar

Çalışmada kullanılan finansal oranlara ilişkin ağırlıkların belirlenmesi amacıyla oluşturulan başlangıç karar matrisi Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5.**Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
2009	136.64	47.39	112.9	37.47	200	136.08	153.18	71.42	3.6	1.68
2010	217.37	35.16	46.32	56.88	144.49	131.11	118.15	69.61	-1.68	-0.7
2011	246.69	32.12	41.77	60.07	128.94	125.41	116.06	65	1.18	0.37
2012	285.24	28.09	47.9	62.28	107.63	122.48	113.58	68.61	-10.42	-3.38
2013	251.38	30.13	52.51	51.09	125.01	126.8	117.91	77.21	14.74	4.19
2014	232.09	30.28	52.23	45.08	136.4	129.03	120.14	81.92	11.95	3.36
2015	285.65	24.29	38.75	54.93	106.2	122.7	110.13	76.06	-5.52	-1.46
2016	308.55	23.1	35.67	50.25	120.39	124.93	105.84	75.08	17.53	3.67
2017	257.78	26.06	42.04	42.87	148.93	125.52	116.77	86.29	21.24	4.87

Kriterlerin fayda ve maliyet durumları göz önüne alınarak başlangıç karar matrisinin normalleştirilmesi sonucunda ulaşılan normalize edilmiş matris Tablo 6'da rapor edilmiştir.

**Tablo6.** Normalize Matris

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
2009	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.000	1.000	0.302	0.443	0.613
2010	0.530	0.497	0.138	0.218	0.408	0.365	0.260	0.217	0.276	0.325
2011	0.360	0.371	0.079	0.089	0.242	0.785	0.216	0.000	0.366	0.455
2012	0.136	0.205	0.158	0.000	0.015	1.000	0.163	0.170	0.000	0.000
2013	0.333	0.289	0.218	0.451	0.201	0.682	0.255	0.574	0.795	0.918
2014	0.445	0.296	0.214	0.693	0.322	0.518	0.302	0.795	0.707	0.817
2015	0.133	0.049	0.040	0.296	0.000	0.984	0.091	0.519	0.155	0.233
2016	0.000	0.000	0.000	0.485	0.151	0.820	0.000	0.473	0.883	0.855
2017	0.295	0.122	0.082	0.782	0.456	0.776	0.231	1.000	1.000	1.000

Değerlendirme kriterleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amacıyla hesaplanan korelasyon katsayıları Tablo 7'de yer almaktadır.

**Tablo 7.** Korelasyon Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
K1	1.000	0.965	0.884	0.560	0.915	-0.937	0.948	-0.143	-0.055	0.088
K2	0.965	1.000	0.905	0.405	0.859	-0.899	0.939	-0.368	-0.202	-0.066
K3	0.884	0.905	1.000	0.618	0.855	-0.821	0.981	-0.145	-0.081	0.051
K4	0.560	0.405	0.618	1.000	0.755	-0.626	0.637	0.616	0.625	0.699
K5	0.915	0.859	0.855	0.755	1.000	-0.912	0.914	0.043	0.219	0.320
K6	-0.937	-0.899	-0.821	-0.626	-0.912	1.000	-0.864	0.074	-0.110	-0.232
K7	0.948	0.939	0.981	0.637	0.914	-0.864	1.000	-0.115	-0.049	0.088
K8	-0.143	-0.368	-0.145	0.616	0.043	0.074	-0.115	1.000	0.716	0.696
K9	-0.055	-0.202	-0.081	0.625	0.219	-0.110	-0.049	0.716	1.000	0.982
K10	0.088	-0.066	0.051	0.699	0.320	-0.232	0.088	0.696	0.982	1.000

Korelasyon matrisinin oluşturulmasından sonra 5 ve 6 no'lu denklemler kullanılarak her bir kritere ait Cj değerleri hesaplanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8.** Cj Değerleri

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
1.686	1.947	1.748	1.565	1.522	4.582	1.579	2.411	2.416	2.209

CRITIC Yaklaşımının son aşamasında hesaplanan kriter ağırlıkları Tablo 9'da rapor edilmiştir. Tablo 9'daki kriterlere ait önem ağırlıkları göz önüne alındığında K6 (teknik karşılık oranı) kriterinin karar verme açısından en önemli performans kriteri olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 9.** CRITIC Yaklaşımı İle Hesaplanan Kriter Ağırlıkları

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
0.078	0.090	0.081	0.072	0.070	<b>0.211</b>	0.073	0.111	0.112	0.102

## 5.2. TOPSIS Yaklaşımına İlişkin Sonuçlar

Hayat dışı sigorta sektörünün performansını değerlendirmek amacıyla TOPSIS yöntemde kullanılan karar matrisinin elemanları normalleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 10'da sunulmuştur.

**Tablo10.** Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
2009	0.181	0.501	0.663	0.241	0.483	0.357	0.426	0.318	0.101	0.184
2010	0.288	0.372	0.272	0.366	0.349	0.344	0.329	0.310	-0.047	-0.077
2011	0.327	0.340	0.245	0.387	0.312	0.329	0.323	0.289	0.033	0.041
2012	0.378	0.297	0.281	0.401	0.260	0.321	0.316	0.306	-0.292	-0.371
2013	0.333	0.319	0.309	0.329	0.302	0.332	0.328	0.344	0.413	0.460
2014	0.308	0.320	0.307	0.290	0.330	0.338	0.334	0.365	0.335	0.369
2015	0.379	0.257	0.228	0.353	0.257	0.322	0.307	0.339	-0.155	-0.160
2016	0.409	0.244	0.210	0.323	0.291	0.327	0.295	0.334	0.491	0.403
2017	0.342	0.276	0.247	0.276	0.360	0.329	0.325	0.384	0.595	0.534

Tablo 11'de CRITIC yöntemi ile hesaplanan kriter ağırlıklarının analize dahil edilmesiyle elde edilen ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi yer almaktadır.

**Tablo11.** Ağırlıklandırılmış Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
2009	0.014	0.045	0.054	0.017	0.034	0.075	0.031	0.035	0.011	0.019
2010	0.022	0.033	0.022	0.026	0.025	0.073	0.024	0.035	-0.005	-0.008
2011	0.025	0.031	0.020	0.028	0.022	0.070	0.024	0.032	0.004	0.004
2012	0.029	0.027	0.023	0.029	0.018	0.068	0.023	0.034	-0.033	-0.038
2013	0.026	0.029	0.025	0.024	0.021	0.070	0.024	0.038	0.046	0.047
2014	0.024	0.029	0.025	0.021	0.023	0.072	0.024	0.041	0.037	0.038
2015	0.029	0.023	0.018	0.026	0.018	0.068	0.022	0.038	-0.017	-0.016
2016	0.032	0.022	0.017	0.023	0.020	0.069	0.021	0.037	0.055	0.041
2017	0.027	0.025	0.020	0.020	0.025	0.070	0.024	0.043	0.066	0.054

Bir önceki aşamada oluşturulan ağırlıklandırılmış normalize karar matrisinde her bir değerlendirme kriterine ilişkin sütunlardaki en büyük ve en küçük değerlerin tespit edilmesi ile ideal ( $A^+$ ) ve negatif ideal ( $A^-$ ) çözüm kümeleri oluşturulmuştur.

$$A^+ = \{0.014; 0.045; 0.054; 0.017; 0.034; 0.068; 0.031; 0.043; 0.066; 0.054\}$$

$$A^- = \{0.032; 0.022; 0.017; 0.029; 0.018; 0.075; 0.021; 0.032; -0.033; -0.038\}$$

Çözüm kümelerinin oluşturulmasının ardından her bir alternatifin pozitif ideal ( $S_i^+$ ) ve negatif ideal ( $S_i^-$ ) çözüm noktalarına uzaklıkları hesaplanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 12’de rapor edilmiştir.

**Tablo 12.** Her Bir Alternatife İlişkin Uzaklık Değerleri

Yıllar	( $S_i^+$ ) İdeal Değerler	( $S_i^-$ ) Negatif İdeal Değerler
2009	0.066	0.088
2010	0.103	0.044
2011	0.091	0.057
2012	0.143	0.011
2013	0.044	0.117
2014	0.050	0.105
2015	0.120	0.028
2016	0.053	0.118
2017	0.043	0.136

TOPSIS yönteminin son aşamada ise her bir karar noktasının ideal çözüme görelî yakınlığı ( $C_i^*$ ) bir önceki aşamada bulunan pozitif ideal ve negatif ideal uzaklık ölçülerinden yararlanılarak hesaplanmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 13’te gösterilmiştir.

**Tablo 13.** Her Bir Karar Noktasının İdeal Çözüme Görelî Yakınlığı

Yıllar	( $C_i^*$ )	Sıralama
2009	0.571	5
2010	0.301	7
2011	0.384	6
2012	0.073	9
2013	0.724	2
2014	0.676	4
2015	0.191	8
2016	0.689	3
2017	0.761	1

İdeal çözüme görelî yakınlık değerleri göz önüne alındığında, sigorta sektörünün hayat dışı branşlardaki en başarılı 2017 yılı olduğu söylenilebilir. Sektörün hayat dışı branşlardaki performansının en düşük olduğu yıl ise 2012 yılıdır. Sonuç olarak hayat dışı sigortaların yıl bazında başarı sıralaması 2017, 2013, 2016, 2014, 2009, 2011, 2010, 2015 ve 2012 yılı şeklinde yapılabilir.



### 5.3. MULTIMOORA Yaklaşımına İlişkin Sonuçlar

Bu yaklaşımın ilk üç aşamasını oluşturan başlangıç karar matrisi, normalize karar matrisi ve ağırlıklandırılmış normalize kararmatrisi TOPSIS yönteminin uygulamasında oluşturulan matrislerle aynı olduğundan MOORA yönteminin 4. aşamasının sonunda alternatiflerin oran metoduna göre performans sıralaması Tablo 14’de sunulmuştur. Tablo 14’de görüldüğü üzere Oran Metodu sonuçlarına göre birinci sırayı 2017 yılı son sırayı ise 2012 yılı almıştır.

**Tablo14.** Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisve Oran Metoduna Göre Sıralama

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	$y_i^*$	Sıra
2009	0.014	0.045	0.054	0.018	0.034	0.074	0.031	0.036	0.011	0.018	0.123	2
2010	0.022	0.033	0.022	0.027	0.024	0.072	0.024	0.036	-0.005	-0.008	0.005	7
2011	0.025	0.030	0.020	0.028	0.022	0.069	0.024	0.033	0.004	0.004	0.014	6
2012	0.029	0.026	0.023	0.030	0.018	0.067	0.023	0.035	-0.033	-0.037	-0.070	9
2013	0.026	0.028	0.025	0.024	0.021	0.069	0.024	0.039	0.047	0.046	0.111	3
2014	0.024	0.029	0.025	0.021	0.023	0.071	0.024	0.042	0.038	0.037	0.102	4
2015	0.029	0.023	0.018	0.026	0.018	0.067	0.022	0.039	-0.017	-0.016	-0.035	8
2016	0.032	0.022	0.017	0.024	0.020	0.068	0.021	0.038	0.055	0.040	0.091	5
2017	0.026	0.025	0.020	0.020	0.025	0.069	0.024	0.044	0.067	0.054	0.143	1

MOORA yönteminin 5. aşamasında hesaplanan  $r_j$  değerleri Tablo 9’un son satırında gösterilmektedir. Referans Noktası metoduna göre elde edilen performans sıralaması ise Tablo 16’da sunulmaktadır. Tablo 16’daki performans sıralamasına göre sektörün en başarılı olduğu yılın 2013 yılı olduğu bununla beraber en başarısız olduğu yılın ise 2012 yılı olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 15.** Referans Noktasının Belirlenmesi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
	Min	Maks	Maks	Min	Maks	Min	Maks	Maks	Maks	Maks
2009	0.014	0.045	0.054	0.018	0.034	0.074	0.031	0.036	0.011	0.018
2010	0.022	0.033	0.022	0.027	0.024	0.072	0.024	0.036	-0.005	-0.008
2011	0.025	0.030	0.020	0.028	0.022	0.069	0.024	0.033	0.004	0.004
2012	0.029	0.026	0.023	0.030	0.018	0.067	0.023	0.035	-0.033	-0.037
2013	0.026	0.028	0.025	0.024	0.021	0.069	0.024	0.039	0.047	0.046
2014	0.024	0.029	0.025	0.021	0.023	0.071	0.024	0.042	0.038	0.037
2015	0.029	0.023	0.018	0.026	0.018	0.067	0.022	0.039	-0.017	-0.016
2016	0.032	0.022	0.017	0.024	0.020	0.068	0.021	0.038	0.055	0.040
2017	0.026	0.025	0.020	0.020	0.025	0.069	0.024	0.044	0.067	0.054
$r_j$	0.014	0.045	0.054	0.018	0.034	0.067	0.031	0.044	0.067	0.054

**Tablo 16.** Referans Noktası Yaklaşımına Göre Sıralama

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	Maks	Sıra
2009	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.007	0.000	0.008	0.056	0.035	0.056	5
2010	0.008	0.012	0.032	0.009	0.009	0.005	0.007	0.009	0.072	0.061	0.072	7
2011	0.011	0.014	0.034	0.011	0.012	0.002	0.008	0.011	0.063	0.049	0.063	6
2012	0.015	0.018	0.031	0.012	0.016	0.000	0.008	0.009	0.100	0.091	0.100	9
2013	0.012	0.016	0.029	0.006	0.013	0.002	0.007	0.005	0.021	0.007	0.029	1
2014	0.010	0.016	0.029	0.004	0.011	0.004	0.007	0.002	0.029	0.017	0.029	2
2015	0.015	0.022	0.035	0.008	0.016	0.000	0.009	0.005	0.084	0.070	0.084	8
2016	0.018	0.023	0.037	0.006	0.013	0.001	0.010	0.006	0.012	0.013	0.037	4
2017	0.012	0.020	0.034	0.003	0.009	0.002	0.007	0.000	0.000	0.000	0.034	3

Bu adımda MOORA yönteminin 6. aşamasındaki başlangıç karar matrisinde yer alan kriterlerin fayda ve maliyet yönlü durumları çarpımlar şeklinde hesaplanarak tam çarpım performans sıralaması oluşturulmuştur. Tablo 17’de sunulan tam çarpım sonuçlarına göre sıralamada 2009 yılı ilk sırada 2015 yılı ise son sırada yer almaktadır.

**Tablo 17.** Tam Çarpım Formu sonuçları

	Maks	Min	Skor	Sıra
2009	123318391188994	696716	176999485	1
2010	18895208403167	1621045	11656192	5
2011	13253244188650	1858409	7131499	6
2012	9767602285709	2175826	4489146	8
2013	21525387607592	1628493	13217980	4
2014	24566565053330	1349991	18197570	2
2015	7795395270033	1925256	4049018	9
2016	9604647567331	1936994	4958532	7
2017	20902982315626	1387125	15069284	3

MOORA yönteminin son aşamasında önceki üç yöntem sonucunda elde edilen performans sıralamaları baskınlık durumu göz önüne alınarak karşılaştırılmış ve alternatiflere ilişkin genel performans sıralaması Tablo 18’de sunulmuştur. Tablo 18’de yer alan sonuçlar incelendiğinde performans sıralamasında ilk sırayı MOORA-Oran yönteminde 2017 yılının, MOORA-Referans Nokta yönteminde 2013 yılının ve MOORA-Tam Çarpım yönteminde ise 2009 yılının aldığı görülmektedir. Sıra Baskınlık Teorisi doğrultusunda üç yönteme ilişkin bulgular topluca değerlendirildiğinde ise MULTIMOORA performans sıralaması elde edilmiştir. Tablo 18’in son sütununda yer alan MULTIMOORA sıralamasına göre, tüm yöntemlerde ilk sırayı alan mutlak baskın bir alternatif bulunmamaktadır. 2009, 2013 ve 2016 alternatiflerinin performans sıralamaları dögüsel akıl yürütme doğrultusunda değerlendirilmiş ve bu değerlendirme sonucunda 2009 alternatifinin ilk sıra için 2013 ve 2016 alternatiflerine üstünlük sağladığı, 2013 yılının da dördüncü sıra için 2016 yılına baskınlık kurduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu doğrultuda performans sıralamasında 2009 ilk sırada, 2013 ve 2016 alternatifleri ise sırasıyla dördüncü ve beşinci sırada yer almışlardır. Bununla beraber geri

kalan alternatiflerden 2010 yedinci, 2011 altıncı, 2012 dokuzuncu, 2014 ikinci, 2015 sekizinci ve 2017 ise üçüncü sıra için diğer alternatiflere genel baskınlık kurmuştur. Sonuçta MULTIMOORA yöntemine göre hayat dışı sigorta branşının yıl bazlı performans sıralaması 2009, 2014, 2017, 2013, 2016, 2011, 2010, 2015 ve 2012 yılı şeklide yapılabilir.

**Tablo 18.** MULTIMOORA Sonuçları

	<b>Oran</b>	<b>Referans Nokta</b>	<b>Tam Çarpım</b>	<b>MULTIMOORA</b>
2009	2	5	1	1
2010	7	7	5	7
2011	6	6	6	6
2012	9	9	8	9
2013	3	1	4	4
2014	4	2	2	2
2015	8	8	9	8
2016	5	4	7	5
2017	1	3	3	3

Tablo 19’da yer alan TOPSIS ve MULTIMOORA sıralamaları birlikte değerlendirildiğinde alternatiflere ilişkin sıralamalarının ilk sıralar (1, 2, 3, 4 ve 5. sıralar) için farklı ancak son sıralar (6, 7, 8 ve 9. sıralar) için benzer olduğu ifade edilebilir. Her iki yöntem kullanılarak elde edilen alternatif sıralamaları iki yöntem arasında önemli bir farklılığın olduğuna işaret etmektedir.

**Tablo 19.** TOPSIS ve MULTIMOORA Sıralamaları

	<b>MULTIMOORA</b>	<b>TOPSIS</b>
2009	1	5
<b>2010</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>2011</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>2012</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
2013	4	2
2014	2	4
<b>2015</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
2016	5	3
2017	3	1

## **6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Finansal piyasalar bir ekonomideki ilgili kesimlerin yatırımları için gerekli olan finansman kaynakları sağlamaya aracılık ederek ekonomik kalkınma ve büyüme sürecinde son derece önemli roller üstlenmektedir. Bankalar ilk sırada olmak üzere sigorta şirketleri de finansal piyasaların iki önemli alt piyasasını oluşturan para ve sermaye piyasalarının en önemli iki aktörü konumundadır. Bir ekonomik sistem içinde sigorta şirketleri tarafından toplanan primlerin yatırım ve kredi amaçlı olarak kullanılması makro açıdan oldukça büyük önem arz etmektedir. Ayrıca sigorta sektörü ekonomik işlevlerinin yanı sıra toplumsal huzur ve refahın tesis edilmesine de katkıda bulunmakta ve bireylerin kendilerini güven içerisinde

hissetmelerine olanak sağlamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde gün geçtikçe gelişen ve dinamik yapısını koruyan sigorta sektörünün faaliyet sonuçlarına ilişkin kapsamlı analizler hem bu sektörün şirketlerinin faaliyetlerini istikrarlı bir şekilde devam ettirebilmesi açısından hem de finansal sistemde sektörün hak ettiği konuma gelmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren hayat dışı sigorta şirketlerinin sektör düzeyinde finansal performansı CRITIC, TOPSIS ve MULTIMOORA yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz kapsamında sektöre özgü 10 adet finansal orana ilişkin ağırlıklar hesaplandıktan sonra sektörün yıl bazında başarı sıralaması yapılmıştır. CRITIC yaklaşımı ile belirlenen kriter ağırlıklarına göre hayat dışı sigorta branşları için en önemli kriterin teknik karşılık oranı olduğu belirlenmiştir. TOPSIS sonuçlarına göre, hayat dışı sigorta branşlarının en başarılı olduğu yıl 2017 iken, en başarısız olduğu yıl 2012’dir. MULTIMOORA sonuçları dikkate alındığında sektörün en başarılı olduğu yılın 2009 yılı olduğu, en başarısız olduğu yılın ise 2012 yılı olduğu tespit edilmiştir.

Sigorta sektörünün performans değerlendirilmesine ilişkin uygulamaya dönük çalışmalar sektörde çalışan şirketlerin mevcudiyetinin devam ettirilmesine, büyümesine ve rekabet gücü kazanmasına katkıda bulunacağı göz önüne alındığında, bu çalışmada ulaşılan bulgular başta şirket yönetimi olmak üzere hissedarlar, kamu otoritesi ve diğer ilgili kesimler açısından önemli mesajlar içermektedir.

Bu çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan ilk farkı çalışmada 2008 küresel finansal krizi sonrası dönemin ele alınmasıdır. İkinci farklılık ise çalışmada kriterlerin ağırlıklandırılmasında ve finansal performansın belirlenmesinde karşılaştırmalı yöntemlerin kullanılmış olmasıdır. Bir diğer fark ise çalışmada sigorta şirketlerinin performansının değerlendirilmesi yerine tüm sektörün performansının değerlendirilmiş olmasıdır. Dolayısıyla, bahsedilen farklılıklar çalışmanın özgünlüğü açısından önemlidir.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışmada ulaşılan sonuçlar sadece sektörün hayat dışı branşları için geçerli olup diğer branşları kapsamamaktadır. Çalışmada performans değerlendirmeye ilişkin çok kriterli karar verme yöntemlerinden seçilen üç yaklaşımın kullanılması çalışmanın bir diğer kısıtıdır. Bu çalışmada ulaşılan bulgular ilgili dönem ve hayat dışı sigorta şirketlerinin finansal oranları ile ilişkili olduğundan gelecek çalışmalarda farklı değerlendirme kriterleri ve dönemlerin yanı sıra farklı ağırlıklandırma yöntemleri ve diğer ÇKKV tekniklerinin kullanılmasıyla çalışma genişletilebilir. Ayrıca bu

Çalışma için sektörel düzeyde yapılan analizler gelecek çalışmalarda şirket düzeyinde de yapılarak araştırmaya daha farklı bir boyut katılabilir.

## KAYNAKÇA

- Akhisar, İ. (2014), “Performance Ranking of Turkish Insurance Companies: The ANP Application”, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 6(11), 1-13.
- Akhisar, İ. & Tunay, N. (2016), “Performance Measurement of Turkish Life Insurance Companies with AHP and TOPSIS”, *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal*, 7, 50-60.
- Akpınar, Ö. & Yıldız, A. (2018), “Küresel Ekonomik Krizin Sigortacılık Sektörüne Etkisi Ve Kriz Sonrası Hayat Dışı Sigortacılık Sektörü Performans Analizi (2007-2016)”, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 263-282.
- Akyüz, G. & Aka, S. (2017), “Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Tedarikçi Performansı Değerlendirmede Toplamsal Bir Yaklaşım”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 28-46.
- Akyüz, Y. & Kaya, Z. (2013), “Türkiye’de Hayat Dışı ve Hayat/Emeklilik Sigorta Sektörünün Finansal Performans Analiz ve Değerlendirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 26, 355-371.
- Altan, M. S. (2010), “Türk Sigortacılık Sektöründe Etkinlik: Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Bir Uygulama”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 185-204.
- Başpınar, A. (2005), “Finansal Analiz Tekniklerinin Sigorta Şirketi Mali Tablolarına Uygulanması”, *Maliye Dergisi*, 149, 5-35.
- Bayramoğlu, M. F. & Başarır, Ç. (2016), “Borsa İstanbul’da İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Karşılaştırmalı Finansal Performans Analizi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 135-144.
- Brauers, W. K.M. & Zavadskas, E. K. (2010), “Project Management by MULTIMOORA As an Instrument for Transition Economies”, *Technological and Economic Development*, 16(1), 5-24.
- Brauers, W.K.M. & Zavadskas, E.K. (2006), “The MOORA Method and its Application to Privatization in a Transition Economy”, *Control and Cybernetic*, 35(2), 445-469.
- Bülbül, S.E. & Köse, A. (2016), “Türk Sigorta Sektörünün PROMETHEE Yöntemi İle Finansal Performans Analizi”, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38(1), 187-210.
- Caporale, G. M., Cerrato, M., & Zhang, X. (2017), “Analysing the Determinants of Insolvency Risk for General Insurance Firms in the UK”, *Journal of Banking & Finance*, 84, 107-122.
- Çağlar, A. & Öztaş, G. Z. (2016), “Veri Zarflama Analizi ve Analitik Hiyerarşi Süreci İle Sigorta Şirketlerinin Finansal Oran Analizi”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 221-248.
- Çakır, S. (2016), “Türk Sigortacılık Sektöründe Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri (ÇKKV) ile Performans Ölçümü: BIST Uygulaması”, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 127-147.
- Çetintaş, H. & Biçen, Ö.F. (2012), “Türkiye’de Sigortacılık Sektörünün Etkinlik Analizi”, *TISK Akademi*, 7(14), 125-154.
- Demircioğlu, M. & Coşkun, İ.T. (2018), “CRITIC-MOOSRA Yöntemi ve Ups Seçimi Üzerine Bir Uygulama”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27(1), 183-195.
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995), “Determining Objective Weights in Multiple Criteria Problems: The CRITIC Method”, *Comput Oper Res.*, 22, 763-770.
- Elitaş, C., Eleren, A., Yıldız, F. & Doğan, M. (2012), “Gri İlişkisel Analiz ile Sigorta Şirketlerinin Performanslarının Belirlenmesi”, *16. Finans Sempozyumu*, 521-530, Erzurum.
- Güvel, E.A. & Güvel, A. Ö. (2008), *Sigortacılık*, 4.Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Haiss, P. & Sümeği, K. (2008), “The Relationship Between Insurance and Economic Growth in Europe: A Theoretical And Empirical Analysis”, *Empirica*, 35(4), 405-431.
- Hwang C. L. & Yoon, K. (1981), *Multiple Attributes Decision Making Methods and Applications*, Berlin: Springer.
- Kazan, H. & Ozdemir, O. (2014), “Financial Performance Assessment of Large Scale Conglomerates via TOPSIS and CRITIC Methods”, *International Journal of Management and Sustainability*, 3(4), 203-224.

- Köse, A. (2010), “Türk Sigorta Sektörü Hayat ve Emeklilik Şirketlerinin Etkinlik Analizi”, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 44, 85-100.
- Kula, V., Kandemir, T. & Baykut, E. (2016), “Borsa İstanbul’da İşlem Gören Sigorta ve BES Şirketlerinin Finansal Performansının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile İncelenmesi”, *AKÜ İİBF Dergisi*, 18(1), 37-53.
- Oscar Akotey, J., Sackey, F. G., Amoah, L., & FrimpongManso, R. (2013), “The Financial Performance of Life Insurance Companies in Ghana”, *The Journal of Risk Finance*, 14(3), 286-302.
- Ömürbek, A. & Özcan, N. (2016), “BİST’de İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Multimoora Yöntemiyle Performans Ölçümü”, *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 1(2), 65-75.
- Özaktaş, F. D. (2017), “Hayat Dışı Sigorta Sektöründe Etkinlik Analizi: Türkiye Uygulaması (2002-2015)”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 30-44.
- Özbek, A. (2017), Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel İle Problem Çözümü, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Peker, İ. & Baki, B. (2011), “Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Türk Sigortacılık Sektöründe Performans Ölçümü”, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 10(3), 1-17.
- Perçin, S. & Sönmez, Ö. (2018), “Bütünleşik Entropi Ağırlık Ve Topsis Yöntemleri Kullanılarak Türk Sigorta Şirketlerinin Performansının Ölçülmesi”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 18. EYİ Özel Sayısı, 565-582.
- Tzeng, G. H. & Huang, J. J. (2011), Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications, Boca Raton: CRC Press
- Uralcan, Ş. (2011), Temel Sigorta Bilgileri Ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi, 3.Baskı, İstanbul: HiperlinkYayımları.
- Ünlü, U., Yalçın, N., & Yağlı, İ. (2017), “Kurumsal Yönetim ve Firma Performansı: TOPSIS Yöntemi ile BİST 30 firmaları Üzerine Bir Uygulama”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 63-81.
- Yaslıdağ, B. (2017), Sigortacılık, 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yousefi, A.& Hadi-Vencheh, A. (2010), “An Integrated Group Decision Making Model and Its Evaluation By DEA for Automobile Industry”, *Expert Systems with Applications*, 37(12), 8543-8556.

**Citation:** Çetin, S. (2019), The Effects Of Transactive Memory Systems, Collective Mind And Innovative Culture On Knowledge Creation Capability, BMIJ, (2019), 7(1): 563-578 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i1.1092>

## THE EFFECTS OF TRANSACTIVE MEMORY SYSTEMS, COLLECTIVE MIND AND INNOVATIVE CULTURE ON KNOWLEDGE CREATION CAPABILITY

Sabahattin ÇETİN<sup>1</sup>

Received (Başvuru Tarihi): 06/02/2019

Accepted (Kabul Tarihi): 13/03/2019

Published Date (Yayın Tarihi): 25/03/2019

### ABSTRACT

*Circumstances that changes in time require firms to have different skills in order to survive and acquire competitive advantages. Today's intensive knowledge environment makes knowledge transfer and integration to create new knowledge crucial to be able to obtain valuable knowledge. In this study, factors that affect knowledge creation capability that are important for firms are discussed. Within this context, transactive memory systems, collective mind and innovative culture variables are studied as the antecedents of knowledge creation capability. According to the study conducted with 267 firms operating in software sector at the technology development sites in Istanbul and Ankara, empirical results demonstrate that transactive memory systems, collective mind and innovative culture variables do have positive effects on knowledge creation capability.*

**Keywords:** Knowledge Creation Capability, Transactive Memory Systems, Collective Mind, Innovative Culture

**JEL Codes:** M14, M15

## GEÇİŞGEN HAFIZA SİSTEMLERİ KOLEKTİF ZİHİN VE YENİLİKÇİ KÜLTÜRÜN YENİ BİLGİ ÜRETME KABİLİYETİNE ETKİSİ

### ÖZ

*Zaman içerisinde değişen koşullar, işletmelerin hayatta kalması ve rekabet avantajı kazanması için farklı becerilere sahip olmasını gerektirmektedir. Günümüzdeki yoğun bilgi ortamı, değerli bilgiye ulaşabilmek için bireylerin sahip olduğu bilgileri aktarabilmeyi ve birleştirebilmeyi ve böylece yeni bilgi üretebilmeyi gerekli kılmaktadır. Bu çalışmada işletmeler için önemli olan yeni bilgi üretme kabiliyetini etkileyen hususlar ele alınmıştır. Bu çerçevede geçişken hafıza sistemleri, kolektif zihin ve yenilikçi kültür değişkenleri yeni bilgi üretme kabiliyetinin öncülleri olarak incelenmiştir. İstanbul ve Ankara illerindeki teknoloji geliştirme bölgelerinde yazılım sektöründe faaliyet gösteren 267 işletme üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre geçişken hafıza sistemleri, kolektif zihin ve yenilikçi kültürün yeni bilgi üretme kabiliyeti üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğu bulunmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Bilgi Üretme Kabiliyeti, Geçişken Hafıza Sistemleri, Kolektif Zihin, Yenilikçi Kültür

**JEL Kodları:** M14, M15

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bartın Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, [scetin@bartin.edu.tr](mailto:scetin@bartin.edu.tr) <http://orcid.org/0000-0001-9686-1806>



## 1. INTRODUCTION

Knowledge is the most important source for firms (Nag and Gioia, 2012). Firms are able to make innovations by creating new knowledge (Nonaka and Toyama, 2005; Nonaka and von Krogh, 2009; Von Krogh, Nonaka, and Aben, 2001), and managing different knowledge sources (knowledge inside individual, group and knowledge systems) within the organization to have a long-term success (Yanadori and Cui, 2013). Moreover, the knowledge shared between the employees and newly obtained knowledge form a basis for effective process innovation (Song, Kolb, Lee, and Kim, 2012), which enable firm to gain competitive advantage.

According to the “*Dynamic Capabilities Theory*”, the firm’s capability to integrate, build and reconfigure internal and external competences to address rapidly changing environments is an essential for firms to gain competitive advantage (Eisenhardt and Martin, 2000; Teece, Pisano, and Shuen, 1997; C. L. Wang and Ahmed, 2007). To use knowledge sources in line with the objectives of the firm (Eisenhardt and Martin, 2000; Grant, 1996; Kogut and Zander, 1992) and the new knowledge creation capability (Mitchell and Nicholas, 2006a; Smith, Collins, and Clark, 2005; D. Wang, Su, and Yang, 2011) are of great importance especially in a knowledge-intensive economy.

Today knowledge multiplies and spreads more rapidly than ever before. The new technological advancements make access to knowledge easier by accelerating the spread of knowledge. Thus, most firms can access similar knowledge sources and operate by using these sources. However, in order to help firms gain competitive advantage, these sources need to be “valuable, rare, inimitable and non-substitutable” (Barney, 1991). What makes all the difference for firms is to have the capability of knowledge creation capability which will make them gain competitive advantage by using existing knowledge. Knowledge creation capability is the ability of an organization to combining and exchanging the existing knowledge to acquire new knowledge (Smith et al., 2005). In order to creat new knowledge, there should be existing accumulation of knowledge (Cohen and Levinthal, 1990).

The importance of a knowledge creation capability increased the interest to the subject. When the related literature is reviewed, the capability to create is approached in both theoretical (Fong, Hills, and Hayles, 2007; Mitchell and Boyle, 2010; Mitchell and Nicholas, 2006b) and empirical studies (Heinrichs and Lim, 2005; Mitchell and Nicholas, 2006a; Smith et al., 2005; Tseng and Pai, 2014; Zelaya-Zamora and Senoo, 2013). However, there are few studies on the antecedent of the capability to create knowledge (D. Wang et al., 2011). The complex and

comprehensive of the process of knowledge creation increases the importance of the priorities of this skill.

In this study, the effects of transactive memory system, collective mind and innovative culture variable on the knowledge creation capability are examined. Within this scope, firms operating in software sector in technology development areas, where knowledge creation capability processes are intensive, are selected as the sample of the study.

## **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

### **2.1. Knowledge Creation Capability**

With the rapid advance of science and technology, and the fact that new information is produced at every moment affects the competitive situation of the firms. In order to create and sustain a competitive advantage, they must create new knowledge accumulation continuously with their knowledge creation capability (Su, Ahlstrom, Li, and Cheng, 2013: 475). The new knowledge that firm creates internally makes it difficult for its rivals to imitate by offering new ideas, skills and methods to facilitate organizational goals (Nonaka and von Krogh, 2009; Nonaka, Von Krogh, and Voelpel, 2006).

Smith, Collins, and Clark (2005) define knowledge creation capability as organization members' ability to combine and exchange the existing knowledge to acquire new knowledge. Organizational knowledge is examined as explicit and tacit. Explicit knowledge contains knowledge that is code-designated and easy to exchange and understand. Tacit knowledge, on the other hand, is composed of knowledge that are owned by individuals, and cannot be directly perceived and verified (Nonaka and von Krogh, 2009). Knowledge creation capability is of great importance to reveal the valuable knowledge that individuals have in line with the organization's objectives and new knowledge creation. Because new knowledge creation is the basis of organization's success and sustainability in an intense competition environment (Kogut and Zander, 1992; Mitchell and Nicholas, 2006b).

Knowledge creation is related to the social relations between the individuals who have the certain expertise in their fields inside the organization (Smith et al., 2005: 348-349). The dependency of organizations in knowledge is growing. To produce a single product or offer a certain service, knowledge must be integrated to various disciplines and borders. This situation increases the need for organizations or teams to exchange and create new knowledge within the firm borders (Fong, Hills, and Hayles, 2007: 41). Thanks to the existing social networks, members of the network are informed about existence, place and importance of the knowledge

hence a smoother knowledge exchange takes place (Smith et al., 2005: 348-349). The processes that enables the integration of different knowledge areas makes knowledge creation easier. There are findings that the roles related to linking one knowledge area to the other help organizations transform existing knowledge into innovations by enabling border-crossing knowledge exchange (Tseng and Pai, 2014) and make innovation process easier (Mitchell and Nicholas, 2006).

Effective knowledge creation depends on the interactions of the relationship between groups and facilitated group processes (Mitchell and Nicholas, 2006b:312). Accumulation of knowledge is the most important part of this process. Hiring and training well-educated employees with different functional expertise increases the chances of these employees brainstorming to create and exchange new knowledge (Smith et al., 2005). Besides, new ways can be created to coordinate external knowledge and integrate external and internal knowledge during the process (Su et al., 2013:476). Social relations also affect the knowledge creation capability. Organizational culture has strategic importance for knowledge creation capability. An atmosphere that encourages to take risks boosts the capability of knowledge creation. Team work and collective action are considered necessary for knowledge creation (Smith et al., 2005).

## **2.2. Transactive Memory Systems**

The first point of transactive memory systems is a search for method that shows how individuals can expand their memories with the help of external sources such as books, events or group members (Ren and Argote, 2011). Wegner, Giuliano and Hertel (1985), who present the concept for the first time, define transactive memory systems as communication that takes place among individuals along with the individual memory systems cluster. Researchers identify two components of transactive memory systems and define them as (1) organized knowledge in the individual memory systems of the group members and (2) a series of transactive process between group members (Wegner et al.,1985: 256). Another commonly used definition for transactive memory system is a shared system developed by the individuals in a relationship to encode, store and retrieve different knowledge domains (Ren and Argote, 2011: 191).

Transactive memory systems are a group characteristic rather than individual. However, it is not possible to see where this system is just by observing the individual. Because this system occurs as a result of personal efforts of the individuals working as a group mind (Wegner, 1987:191). Individuals in groups with transactive memory system very well know the

existing knowledge and abilities for each member. This makes access easier for both knowledge and coordination (Mitchell and Nicholas, 2006a).

Known experts in a domain are responsible for encoding, storing and retrieving the new knowledge acquired in this domain. Other group members contribute to the centralization of this knowledge by offering new knowledge to the right expert (Wegner, 1987: 192). Centralization of knowledge is about knowing where and whom the knowledge is with when it is needed. Hence, integration plays a significant role for the effectiveness of transactive memory system.

Transactive memory systems is an important factor that positively affects a group's capability of knowledge creation (Cao and Ali, 2018). Researchers indicate that transactive memory system has a capacity to ease the knowledge integration between group members which is an important element of knowledge creation (Mitchell and Nicholas, 2006a).

Transactive memory systems can improve a group's capability of knowledge creation by enabling easy access to the existing knowledge sources inside the group. Transactive memory systems, as it was mentioned above, is composed of encoding, storage and retrieval phases. During the encoding phase, group members acquire the knowledge of “who knows what” inside the group. This knowledge makes the knowledge exchange mechanism between the group members take place smoothly (Cao and Ali, 2018: 73). The significance of encoding emerges when it comes to understanding the knowledge offered to the group properly and where it should be placed according to the area of expertise (Mitchell and Nicholas, 2006a). Transactive memory systems improve group's capability of knowledge creation, especially by comprehending the term “who knows” in the group, processing, combining and exchanging the existing individual knowledge with the other group members (Cao and Ali, 2018).

The knowledge creation capability is based on the exchange of knowledge between team members in a safe and effective way. Mitchell and Nicholas (2006a) state that lack of transactive memory system negatively affects knowledge exchange and there is a casual link between transactive memory systems and knowledge creation capability. Therefore, it can be said that transactive memory systems enables a developed team to exchange knowledge efficiently, improving the knowledge creation capability.

***H<sub>1</sub>: Transactive memory systems positively affect knowledge creation capability.***

### **2.3. Collective Mind**

The concept of collective mind introduced by Weick and Roberts (1993) explains how individual members of a group act to create an operational safety in complicated and changeable task environments. The concept was then used in other areas that require group work (Akgün, Byrne, Keskin, and Lynn, 2006; Cabeza-Pullés, Gutierrez-Gutierrez, and Lloréns-Montes, 2015; Huang, 2009).

Collective mind acts as a bridge to transfer the cognitive structures of individuals with tacit knowledge to the team level. Collective mind is formed when affiliated people complete a single mind with differentiated responsibilities in order to remember different parts of a common experience. A sophisticated collective mind is concluded with the coordination of actions, mutual respect and confidence. The critical dynamic for the formation and use of a collective mind is the interpersonal interaction. Weick and Roberts, (1993) define these interactions as representation, subordination and contribution. Representation is the individuals 'ability to present themselves, their truths and arguments to the rest of the team. Subordination is an individual's ability to acknowledge the authority or control of another (Brockmann and Anthony, 1998: 209-210). Contribution means actions are constituted and practiced by the actors inside the system. With a collective mind, people pay attention to contributed, represented and underlying behaviors that result in conclusions at a system level (Hsu, Liang, Wu, Klein, and Jiang, 2011: 515-516).

Collective mind is a social process which produces as series of individual interactions coordinated by group members (Cabeza-Pullés et al., 2015). When group members link their actions to each other carefully, collective mind comes into being (Akgün, Byrne, Keskin, and Lynn, 2006: 99). When collective mind is formed in a group, members can create common actions and responsibilities for their group duties and encourage teach other to act as a consistent group in order to fulfill their group duties (Huang, 2009). Collective action that is generated also increases the effectiveness of knowledge creation activities.

*H<sub>2</sub>: Collective mind positively affects knowledge creation capability.*

### **2.4. Innovative Culture**

Smith et al. (2005) stated that organizational routines are critical priorities of an institution's knowledge creation capabilities. The success of knowledge creation activities is possible with adaptation and practice of organizational implementation by individuals. The

subject of culture is among the most important factors that affect individuals' adaptation to organizational activities (O'Reilly III, Chatman, and Caldwell, 1991).

Culture with the shortest definition, refers to the values and beliefs shared by employees at all levels and the characteristics of the organization. It summarizes the impressive characteristics of the employees. Culture is transmitted and strengthened through symbols, emotions, relationships, language, behaviors, physical arrangements and so on (Dobni, 2008: 544).

Innovative culture includes innovation, development and new sources. Moreover, flexibility, creativity, risk taking, and entrepreneurship are values supported by innovative culture. Organizational and managerial support are important factors for the creation of innovative culture (Cramm et al., 2013: 123). Innovative culture facilitates collaboration for gathering the necessary knowledge and sources for implementation. It helps new ideas to be accepted. It makes comprehensive internal and external communication easier (Hurley and Hult, 1998).

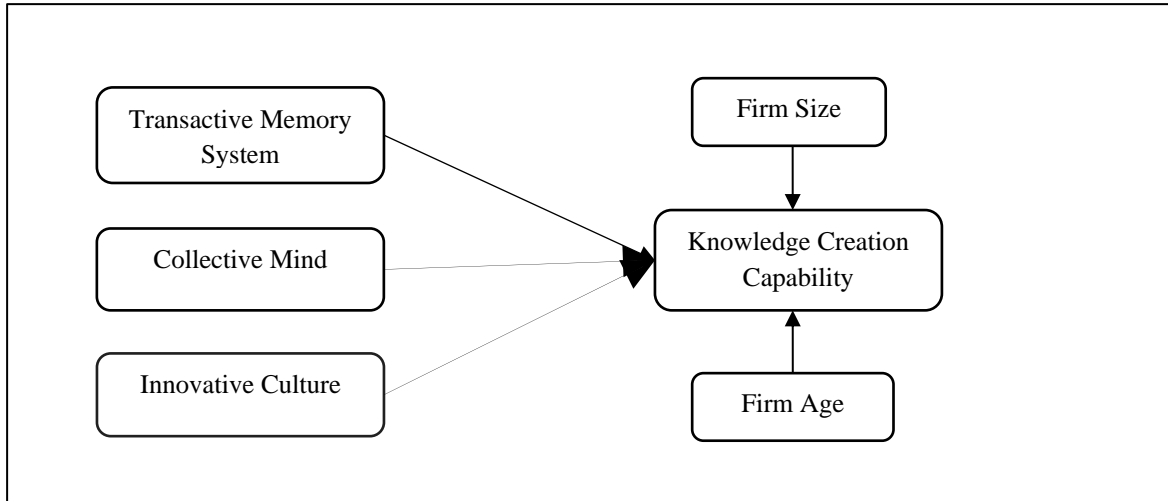
Organizational routines have an important effect on knowledge creation capability. Because these routines create an environment that unofficially and tacitly defines how a firm develops and uses knowledge. Hence, organizational culture, which is an important element of organizational routines have a significant effect on knowledge creation capability (D. Wang et al., 2011: 364).

Innovative culture reduces fear, increases open-mindedness and encourages risk-taking among employees (Hurley and Hult ,1998). Open-mindedness is individuals' beliefs on how they receive other people's opinions and knowledge. Open-mindedness includes the belief of other people need to be free in order to express their opinions and other people's knowledge must to be recognized. Conscious interaction has a critical importance for knowledge creation efforts and open-mindedness norms increase the possibility of new knowledge creation in groups (Mitchell and Nicholas, 2006a).

In order to create new knowledge, all kinds of positive and negative knowledge and experiences must to be shared. Knowledge creation is extremely important for the creation of new solutions or solutions for existing problems (Fong et al., 2007). Organizational culture, especially innovative organizational culture, improves internal abilities that encourage open-mindedness for new ideas and adaptation of new ideas, processes or products successfully (Hurley and Hult, 1998; O'Cass and Ngo, 2007). In this matter, innovative culture plays a

critical role in knowledge creation capability (D. Wang et al., 2011). The hypothesis that is developed within the scope of these evaluations is:

**H<sub>3</sub>:** *Innovative culture affects knowledge creation capability.*



**Figure 1.** Proposed Research Model

### 3. METHODS

#### 3.1. Sample and Data Collection

The data in this study was obtained by means of the survey study tool. Multi-item scales from previous studies were used to measure structures. All structures are measured using 5-point Likert scales ranging from “strongly disagree” to “strongly agree.” The scales used in the study are translated into Turkish via parallel translation. The congruity of the Turkish version of the questionnaire are examined to three different academicians working at the field. After making the necessary arrangements, the data is gathered with the latest version of the scale via mail.

Information and software firms operating in the technology development centers in Ankara and Istanbul are selected as samples. The reason behind this selection is that almost half of the active technology development centers in Turkey operate in these cities. Moreover, the high level of development of the information and software sector has been effective in the selection of these sectors.

Among the firms listed on the websites of the official institutions, 1,000 firms were randomly selected, and a questionnaire was sent by e-mail. 267 of the firms who were sent the questionnaire returned to the mail (26,7%).

### **3.2. Variables and Scales**

The measures of knowledge creation capability were composed of 12 items developed Su et al., (2013). Items on transactive memory systems and collective mind are adapted from the work by Yoo and Kanawattanachai (2001). Transactive memory systems are evaluated with three items while collective mind is with four. On the other hand, innovative culture is adapted from the work by Terziovski (2010) and it is measured with six items.

The age of the firm is taken as the first control variable. The firms are categorized according to the operating year (1=5 years and less, 5: 20 years and more). 29% of the firms have been operating for 5 years and less, 53% have been operating for 6 to 10 years, 13% for 11 to 15 years, 3% for 16 to 20 years and 2% has been operating for 21 years. The number of employees of the firms is used as the second control variable of the study. 8% of the firms employ 1 to 5 people, 55% employ 6 to 10 people, 35% employ 11 to 20 people and 2% employ 21 people and more.

### **3.3. Reliability and Validity**

Cronbach's alpha value of all multi-item factors is above point 0.70, suggesting that their theoretical constructs have good composite reliability. All loadings are above 0.70 with only one exception (0.684); thus, all items show good construct validity (Fornell and Larcker, 1981). Confirmatory factor analyses (CFA) for each set of constructs were taken to further test the composite reliability (CR) and construct validity. The CR for each construct exceeds the 0.70 at 0.713 or higher. Moreover, the estimation of the average variance extracted (AVE) is 0.534 or higher than .50 (Bagozzi and Yi 1988). Thus, both CR and convergent validity are supported by the CFA results (Table 1).

Discriminant validity is assessed by running chi-squared difference tests for all multi-item constructs in pairs to see if they are distinct from one another. The process involves collapsing each pair of constructs into a single model and comparing its fit with that of a two-construct model (Anderson and Gerbing, 1988). The second item of the innovative culture variable is excluded from the study due to low factor loading. The results of pairwise tests indicate that in each case the difference in chi-square value is significant, providing evidence to discriminant validity. And the results of a varimax rotated component matrix in Table 1 indicate that all variables differ from each other. Thus, the measures show good discriminant validity.



**Table 1.** Measurements and The Rotated Component Matrix

Variables	Components			
	1	2	3	4
<b>Knowledge Creation Capability (Alpha = 0.919; CR = 0.931; AVE = 0.554)</b>				
KCC1	<b>,781</b>	,043	,109	,047
KCC 12	<b>,755</b>	,070	,027	-,002
KCC 2	<b>,750</b>	,026	,016	,009
KCC 5	<b>,743</b>	,047	,050	,031
KCC 6	<b>,722</b>	,077	,079	,046
KCC 10	<b>,717</b>	-,060	,039	,077
KCC 9	<b>,712</b>	,012	-,003	-,020
KCC 11	<b>,711</b>	,100	,068	,055
KCC 7	<b>,705</b>	,091	,074	,030
KCC 4	<b>,704</b>	,048	,045	,057
KCC 8	<b>,703</b>	,033	-,055	-,016
KCC 3	<b>,684</b>	,120	-,027	,047
<b>Innovative Culture (Alpha = 0.852; CR = 0.891; AVE = 0.622)</b>				
IC 5	,123	<b>,845</b>	-,007	,014
IC 1	,083	<b>,802</b>	-,008	-,012
IC 6	,087	<b>,796</b>	-,075	-,043
IC 3	,047	<b>,764</b>	,013	,034
IC 4	,023	<b>,731</b>	,098	,116
<b>Collective Mind (Alpha = 0.823; CR = 0.878; AVE = 0.643)</b>				
CM 3	,085	,028	<b>,831</b>	,055
CM 2	,051	,009	<b>,817</b>	-,090
CM 4	,076	-,059	<b>,783</b>	,025
CM 1	,019	,051	<b>,774</b>	-,209
<b>Transactive Memory System (Alpha = 0.713; CR = 0.831; AVE = 0.622)</b>				
TMS 2	,092	-,032	-,101	<b>,865</b>
TMS 1	,040	,036	,038	<b>,769</b>
TMS 3	,051	,084	-,122	<b>,725</b>
Eigenvalue	6,611	3,036	2,712	1,789
% of variance	26,49	13,251	11,045	8,162
Cumulative % of variance	26,49	39,74	50,79	58,95

### 3.4. Results

The means, standard deviations, and correlations between the research variables are presented in Table 2. It shows that the correlation between knowledge creation capability and control variables is not significant (Firm age,  $r = 0.012$ ,  $p > 0.05$ ; Firm size,  $r = -0.050$ ,  $p > 0.05$ ). In following Stine (1995), multicollinearity is checked by computing the variance

inflation factors (VIF) of the variables. The VIF values ranged between 1.03 and 1.98, indicates that multicollinearity is not a problem (Kalaycı, 2010:225).

**Table 2.** Descriptive Statistics and Correlations

	1	2	3	4	5	6
Knowledge Creation Capability	1					
Transactive Memory System	,187**					
Collective Mind	,335**	-,168**				
Innovative Culture	,208**	,059	,100*			
Firm Age	,012	,050	-,040	-,002		
Firm Size	-,050	,006	-,056	-,027	,328**	
Mean	4,4310	4,4768	4,4291	4,4128	9,74	11,0734
Standard Deviation	,12318	,26019	,21243	,38573	3,993	14,83117

\*p<,1, \*\*p<,05, \*\*\*p<,01

**Table 3:** Results of Regression Analysis

	Model 1	Model 2	Model 3
Firm Age	,022	,028	,027
Firm Size	-,059	-,040	-,036
Transactive Memory System	,186***	,249***	,237***
Collective Mind		,375***	,358***
Innovative Culture			,157***
R-square	0,038	0,175	0,199
Adjusted R-square	0,033	0,168	0,191
F-value	6,789***	27,131***	25,421***
Durbin Watson	1,726	1,865	1,914

Dependent Variable: Knowledge Creation Capability \*p<,1, \*\*p<,05, \*\*\*p<,01

Models 1 to 3 in Table 3 present results from hierarchical regression analyses performed to test study hypotheses. Model 1 control variables along with transactive memory system variables are entered in the regression model. It is found that firm age and firm size are not significantly related to knowledge creation capability ( $\beta = 0.022$ ,  $p > 0.05$ ;  $\beta = -0.059$ ,  $p > 0.05$ ). Only transactive memory system is a significant predictor ( $\beta = .186$ ,  $p < .01$ ). The full model is statistically significant ( $F= 6,789$   $p < .001$ ) and explained an adjusted 0,3 % of variance in knowledge creation capability. Hence, there is support for Hypothesis 1.

In model 2, collective mind is entered in the regression model. Model 2 shows a significant relationship of collective mind and knowledge creation capability ( $\beta = .375, p < .01$ ). The full model is statistically significant ( $F= 27,131 p < .001$ ) and explained an adjusted 16 % of variance in knowledge creation capability. So, Hypothesis 2 is supported.

Finally, in model 3, innovative culture is entered in the regression model. According to model 3, innovative culture is a significant predictor ( $\beta = .157, p < .01$ ) and the full model is statistically significant ( $F= 25,421 p < .001$ ) and explained an adjusted 19 % of variance in knowledge creation capability. As the results show, Hypothesis 3 is supported.

#### **4. CONCLUSION**

Knowledge creation is one of the issues that are given importance by all organizations as it helps gain organizational competitive advantage (Kogut and Zander, 1992; Nonaka et al., 2006; Spender, 1994; Tsoukas, 1996). This study offers different contributions to knowledge management area by defining the important antecedents of knowledge creation capability. Studying antecedents of knowledge creation capability not only facilitates firms' awareness on knowledge creation but also improves the process of knowledge creation (D. Wang vd., 2011). Within this scope, transactive memory systems, collective mind and innovative culture are studied as the antecedents of knowledge creation capability.

According to the results of the research conducted on firms operating in software sector, it is discovered that transactive memory systems have effects on knowledge creation capability. When individuals working in the organization have close relations, they develop transactive memory systems, knowing who is expert on what. Transactive memory systems provide convenience to the individuals while revealing and distributing tacit knowledge (Akgün et al., 2006; Choi, Lee, and Yoo, 2010; Li and Huang, 2013). Thus, new knowledge creation inside the organization becomes easier. The results of the survey support the work by Mitchell and Nicholas (2006a) and Cao and Ali (2018).

When the effects of collective mind on knowledge creation process are analyzed, it is determined that collective mind positively and significantly affects knowledge creation capability. The collective mind emerges when group members carefully connect their actions to each other (Akgün et al., 2006). When collective mind grows in a group, members can develop common actions and responsibilities in order to reach their target (Huang, 2009). Having a sense of responsibility shared by all organization members while creation of new knowledge increases knowledge creation capability.

The last factor that is taken into consideration in this study is innovative culture. Innovative culture has a positive effect on knowledge creation capability. Organization with innovative culture give great importance to make use of all opportunities to try new ideas and put out new products (Ireland, Kuratko, and Morris, 2006; Wei, O'Neill, Lee, and Zhou, 2013). Culture has an important contribution to individuals to serve organizational objectives by affecting individual's ideas, emotions and actions (Pettigrew, 1979).

Mitchell and Nicholas (2006a) state that knowledge creation process consists of accumulation, interaction, analysis, integration and production. However, for this process to be carried out in an effective way, there is need for knowledge creation capability (Smith et al., 2005). Cultural features especially have a critical importance for this capability to improve and spread along the organization (D. Wang et al., 2011). This situation is more important especially in sectors where interaction and knowledge sharing are significant.

According to the result of the research, transactive memory systems, collective mind and innovative culture positively affect knowledge creation capability. Today, when access to knowledge is so easy, the most important thing for firms is to create knowledge that is different, valuable and hard to imitate by using the existing knowledge. Creation of such knowledge first depends on individuals working in the organization and then the management that is in charge of building the environment which enables individuals to use their knowledge. A working environment where people have healthy communications with innovative culture, express their opinions openly and share their knowledge in an effective way in confidence contributes creation of new ideas.

The study has some limitations. Firstly, the study was conducted through firms operating only in software sector. Findings obtained from different sectors might give different results. Secondly, the data were obtained via survey. Constraints of the method of survey were applied to this study as well.

## REFERENCES

- Akgün, A. E., Byrne, J. C., Keskin, H., and Lynn, G. S. (2006). Transactive Memory System in New Product Development Teams, *53*(1), 95–111.
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, *103*(3), 411.
- Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, *16*(1), 74-94.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99–120. <http://doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Brockmann, E. N., and Anthony, W. P. (1998). The Influence of Tacit Knowledge and Collective Mind on Strategic Planning. *Journal of Managerial Issues*, *X*(2), 204–222.
- Cabeza-Pullés, D., Gutierrez-Gutierrez, L. J., and Lloréns-Montes, F. J. (2015). Quality management and collective mind: investigating university RandD from a group focus. *Technology Analysis and Strategic Management*, *28*(3), 305–322.
- Cao, X., and Ali, A. (2018). Enhancing team creative performance through social media and transactive memory system. *International Journal of Information Management*, *39*(November 2017), 69–79.
- Choi, S. Y., Lee, H., and Yoo, Y. (2010). The impact of information technology and transactive memory systems on knowledge sharing, application, and team performance: a field study. *MIS Quarterly*, *34*(4), 855–870.
- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, *35*, 128–152.
- Cramm, J. M., Strating, M. M., Bal, R., and Nieboer, A. P. (2013). A large-scale longitudinal study indicating the importance of perceived effectiveness, organizational and management support for innovative culture. *Social science and medicine*, *83*, 119-124.
- Dobni, C. B. (2008). Measuring innovation culture in organizations: The development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, *11*(4), 539–559.
- Eisenhardt, K. M., and Martin, J. A. (2000). Dynamic Capabilities: What Are They? *Strategic Management Journal*, *21*, 1105–1121.
- Fong, P. S. W., Hills, M. J., and Hayles, C. S. (2007). Dynamic knowledge creation through value management teams. *Journal of Management in Engineering*, *23*(January), 40–49.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research*, 382-388.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, *17*, 109–122.
- Heinrichs, J. H., and Lim, J.-S. (2005). Model for organizational knowledge creation and strategic use of information. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *56*(6), 620–629.
- Hsu, J. S., Liang, T. P., Wu, S. P. J., Klein, G., and Jiang, J. J. (2011). Promoting the integration of users and developers to achieve a collective mind through the screening of information system projects. *International Journal of Project Management*, *29*(5), 514–524.
- Huang, C. C. (2009). Knowledge sharing and group cohesiveness on performance: An empirical study of technology RandD teams in Taiwan. *Technovation*, *29*(11), 786–797.

- Hurley, R. F., and Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organisational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*.
- Ireland, R. D., Kuratko, D. F., and Morris, M. H. (2006). A health audit for corporate entrepreneurship: Innovation at all levels: Part II. *Journal of Business Strategy*, 27(2), 21–30.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (Vol. 5). Ankara, Turkey: Asil Yayın Dağıtım.
- Kogut, B., and Zander, U. (1992). Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*, 3(3), 383–397.
- Li, Y. H., and Huang, J. W. (2013). Exploitative and exploratory learning in transactive memory systems and project performance. *Information and Management*, 50(6), 304–313.
- Mitchell, R., and Boyle, B. (2010). Knowledge creation measurement methods. *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 67–82.
- Mitchell, R., and Nicholas, S. (2006a). Knowledge creation in groups: The value of cognitive diversity, transactive memory, and openmindedness Norms. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 4(1), 67–74.
- Mitchell, R., and Nicholas, S. (2006b). Knowledge creation through boundary-spanning. *Knowledge Management Research and Practice*, 4(4), 310–318.
- Nag, R., and Gioia, D. a. (2012). From common to uncommon knowledge: Foundations of firm-specific use of knowledge as a resource. *Academy of Management Journal*, 55(2), 421–457.
- Nonaka, I., and Toyama, R. (2005). The theory of the knowledge-creating firm: Subjectivity, objectivity and synthesis. *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 419–436.
- Nonaka, I., and von Krogh, G. (2009). Perspective—Tacit Knowledge and Knowledge Conversion: Controversy and Advancement in Organizational Knowledge Creation Theory. *Organization Science*, 20(3), 635–652.
- Nonaka, I., Von Krogh, G., and Voelpel, S. (2006). Organizational knowledge creation theory: Evolutionary paths and future advances. *Organization Studies*, 27(8), 1179–1208.
- O’Cass, A., and Ngo, L. V. (2007). Market orientation versus innovative culture: Two routes to superior brand performance. *European Journal of Marketing*, 41(7–8), 868–887.
- O’Reilly III, C. A., Chatman, J., and Caldwell, D. F. (1991). People and Organizational Culture: a Profile Comparison Approach To Assessing Person-Organization Fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487–516.
- Pettigrew, A. M. (1979). On Studying Organizational Cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570–581.
- Ren, Y., and Argote, L. (2011). Transactive memory systems 1985-2010: An integrative framework of key dimensions, antecedents, and consequences. *Academy of Management Annals*, 5(1), 189–229.
- Smith, K. G., Collins, C. J., and Clark, K. D. (2005). Existing knowledge, knowledge creation capability, and the rate of new product introduction in high-technology firms. *Academy of Management Journal*, 48(2), 346–357.
- Song, J. H., Kolb, J. A., Lee, U. H., and Kim, H. K. (2012). Role of Transformational Leadership in Effective Organizational Knowledge Creation Practices: Mediating Effects of Employees’ Work Engagement. *Human Resource Development Quarterly*, 23(1), 65–101.
- Spender, J. C. (1994). Organizational Knowledge, Collective Practivce and Penrose Rents. *International Business Review*, 31994(4), 353–368.

- Stine, R. A. (1995). Graphical interpretation of variance inflation factors. *The American Statistician*, 49(1), 53-56.
- Su, Z., Ahlstrom, D., Li, J., and Cheng, D. (2013). Knowledge creation capability, absorptive capacity, and product innovativeness. *R and D Management*, 43(5), 473–485.
- Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A. M. Y. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Terziovski, M. (2010). Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 31(8), 892–902.
- Tseng, C. Y., and Pai, D. C. (2014). Knowledge search, spillover and creation capability in India's pharmaceutical industry. *Technology Analysis and Strategic Management*, 26(2), 207–222.
- Tsoukas, H. (1996). The Firm as a Distributed Knowledge System: A Constructionist Approach. *Strategic Management Journal*, 17, 11–25.
- Von Krogh, G., Nonaka, I., and Aben, M. (2001). Making the most of your company's knowledge: A strategic framework. *Long Range Planning*, 34(4), 421–439.
- Wang, C. L., and Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31–51.
- Wang, D., Su, Z., and Yang, D. (2011). Organizational culture and knowledge creation capability. *Journal of Knowledge Management*, 15(3), 363–373.
- Wei, Y., O'Neill, H., Lee, R. P., and Zhou, N. (2013). The impact of innovative culture on individual employees: The moderating role of market information sharing. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 1027–1041.
- Weick, K. E., and Roberts, K. H. (1993). Collective Mind in Organizations: Heedful Interrelating on Flight Decks. *Administrative Science Quarterly*, 38(3), 357.
- Wegner, D.M., Giuliano, T., and Hertel, P. (1985). Cognitive interdependence in close relationships. In W.J. Ickes (Ed.), *Compatible and incompatible relationships* (pp. 253–276). New York: Springer.
- Wegner, D.M. (1987). Transactive memory: A contemporary analysis of the group mind. In B. Mullen and G.R. Goethals (Eds.), *Theories of group behavior* (Vol. 9, pp. 185–208). New York: Springer.
- Yanadori, Y., and Cui, V. (2013). Creating Incentives For Innovation? The Relationship Between Pay Dispersion In RandD Groups And Firm Innovation Performance. *Strategic Management Journal*, 34, 1502–1511.
- Yoo, Y., and Kanawattanachai, P. (2001). Developments Of Transactive Memory Systems And Collective Mind In Virtual Teams. *The International Journal of Organizational Analysis*, 9(2), 187–208.
- Zelaya-Zamora, J., and Senoo, D. (2013). Synthesizing seeming incompatibilities to foster knowledge creation and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 17(1), 106–122.