

EKONOMİ, YÖNETİM VE PAZARLAMA

ALANINDA AKADEMİK ARAŞTIRMALAR

Editor: **Asst. Prof. Hasan Selçuk ETİ**

ARTİKEL AKADEMİ: 192
Sosyal Bilimler:142

Ekonomi, Yönetim ve Pazarlama Alanında Akademik Araştırmalar
Editor: Dr. Öğr. Üyesi Hasan Selçuk ETİ

HAKEM KURULU:

Prof. Dr. Giuseppe T. CIRELLA
Prof. Dr. Mohammed SHARAF
Prof. Dr. Targan ÜNAL
Doç. Dr. Gökhan ÇAYLI
Dr. Öğr. Üyesi Gözde MERT

ISBN 978-605-71210-2-8
Birinci Basım: Aralık - 2021
Ofset Hazırlık: Artikel Akademi

Baskı ve Cilt: Net Kırtasiye Tanıtım ve Matbaa San. Tic. Ltd. Şti.
Gümüşsuyu, İnönü Caddesi & Beytül Malcı Sokak 23/A,
34427 Beyoğlu/İstanbul
Matbaa Sertifika No: 47334

Artikel Akademi bir Karadeniz Kitap Ltd. Şti. markasıdır.

©Karadeniz Kitap - 2021

Tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında
yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

KARADENİZ KİTAP LTD. ŞTİ.
Koşuyolu Mah. Mehmet Akfan Sok. No:67/3 Kadıköy-İstanbul
Tel: 0 216 428 06 54 // 0530 076 94 90

Yayıncı Sertifika No: 19708
mail: info@artikelakademi.com
www.artikelakademi.com

EKONOMİ, YÖNETİM VE PAZARLAMA

ALANINDA AKADEMİK ARAŞTIRMALAR

Editor: Dr. Öğr. Üyesi Hasan Selçuk ETİ

YAZARLAR

Burcu YILMAZ ŞAHİN
Derya HEKİM
Gülnur ETİ İÇLİ
Gündem Gündüz ERDİNÇ
Mehmet KUZU
Mehmet ORHAN
Meltem ÜZÜM
Müslime SÖZEN
Sadık KOCABAŞ
Salih DİNÇEL
Selçuk GÜRÇAM
Selma ÖNER
Serpil TÜRKYILMAZ
Teoman AKPINAR
Ebru SÖNMEZ KARAPINAR
Yunus DURSUN

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ VII

1. BÖLÜM

Döviz Kuru Geçiş Etkisi Ve Para Politikası Üzerindeki Etkileri 1

Selma ÖNER

2. BÖLÜM

Türkiye Ekonomisinde Dışa Açıklık Ve Çıktı Oynaklığı İlişkisi 23

Burcu YILMAZ ŞAHİN

3. BÖLÜM

Finansal Gelişme Ve Yoksulluk İlişkisi: OECD Ülkeleri İçin Bir Uygulama 43

Serpil TÜRKYILMAZ

Müslime SÖZEN

4. BÖLÜM

Çok Tarafli Ticaret Sistemine Tehditler Ve Dtö 2.0 67

Derya HEKİM

5. BÖLÜM

Stratejik Yönetim İle İlgili Önemli Kavramlar 77

Sadık KOCABAŞ

6. BÖLÜM

Bazı Örgütsel Davranış Kavramlarının Lojistik Performans Endeksi İle İlişkisi 87

Salih DİNÇEL

7. BÖLÜM

İklim Değişikliğiyle Mücadelenin Önündeki Barikat: Neoliberalizm 109

Selçuk GÜRÇAM

8. BÖLÜM

Küresel Doğan İşletmelerde Finansman Fonksiyonunun Rolü Ve Önemi127

Mehmet KUZU

9. BÖLÜM

2021 Yılı Türkiye'sinde Yoksullukla Mücadele Ve Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Vakıfları Üzerine Bir İnceleme139

Meltem ÜZÜM

Teoman AKPINAR

10. BÖLÜM

Seçim Sonrası Dönemde Seçmen Tercihlerini Siyasal Pazarlama Kapsamında Değerlendirmeye Yönelik Nitel Bir Araştırma153

Gündem Gündüz ERDİNÇ

Gölnur ETİ İÇLİ

11. BÖLÜM

Ülkelerin Turizm Etkinlik Düzeylerinin Değerlendirilmesi: Vza Yöntemi Uygulaması171

Mehmet ORHAN

12. BÖLÜM

Ergenlerin Giyimde Marka Duyarlılığının Belirleyicileri.....187

Ebru SÖNMEZ KARAPINAR

Yunus DURSUN

SUNUŞ

Ekonomi deyimini eski Yunanca'da hane halkı anlamına gelen “oikos” sözcüğü ile yönetim anlamına gelen “nomos” sözcüklerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuş bir sözcük olsa da zamanla anlamı oldukça genişlemiştir.

Ekonomi biliminin konusunun ve kapsamının ne olduğu sorusuna pek çok farklı yanıt verilmiştir. Neoklasik iktisadın kurucusu ekonomiyi; “Ekonomi, sonsuz olan, insan ihtiyaçlarını var olan kıt kaynaklarla karşılaşmasına ilişkin konuları kapsar.” şeklinde tanımlıyor. Alfred Marshall, ekonomi bilimini, insanların refahlarının sağlanması yolunda harcadıkları çabaları her türlü araç ve ölçülerle açıklayan bir bütün şeklinde tanımlamaktadır. “Yönetim” ise en yalın olarak, organizasyonun amaçlarına ulaşmak için çalışanları yönlendirme ve onlara rehberlik etme süreci olarak tanımlanabilir.

Ekonomi ve Yönetim Alanında Akademik Araştırmalar başlığını taşıyan bu kitapta, farklı alanlardan yazarların yer aldığı akademik çalışmalar siz değerli okurlara sunulmuştur.

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Selçuk ETİ

Editör

1. BÖLÜM

DÖVİZ KURU GEÇİŞ ETKİSİ VE PARA POLİTİKASI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ*

Asst. Prof. Selma ÖNER

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa

selmasimen@gmail.com

1. GİRİŞ

Döviz kurları ile enflasyon arasındaki ilişki, özellikle Türkiye gibi fiyat istikrarını hedefleyen gelişmekte olan ülke ekonomileri açısından son derece önemli bir faktördür. Söz konusu ilişkinin temelinde, döviz kuru değişikliklerinin dış ticarete konu olan malların ulusal para birimi cinsinden fiyatlarına yansıma derecesini ifade eden *döviz kuru geçiş etkisi (exchange rate pass-through)* yatmaktadır.

Döviz kuru sistemi tercihleri ve denge döviz kurunun belirlenmesine ilişkin çalışmaların yoğunlaştığı dönem, Bretton Woods Sistemi'nin çöküşünden sonraki döneme rastlamaktadır. Söz konusu çalışmalarda dalgalı döviz kuru sistemini savunan iktisatçıların en önemli argümanlarından biri, dalgalı döviz kurlarının dış ticaret dengesinin sağlanmasına yönelik mekanizmanın daha etkin bir şekilde işlemesine olanak verdiği şeklindeki görüştür. Ancak zaman içerisinde, uluslararası ticaretin başlıca aktörleri olan ülkelerin dış ticaret dengelerinin döviz kurlarındaki değişmelere karşı duyarsız

* Yazarın, “Döviz Kuru – Enflasyon Etkileşimi ve Para Politikası Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği” adlı Doktora Tezinden türetilmiştir.

kaldığı gözlenmiş, döviz kurları ile dış ticarete konu olan malların fiyatları arasındaki ilişkinin detaylıca analiz edilmesi gerekliliği ortaya çıkmış ve böylece döviz kuru geçiş etkisine ilişkin literatür oluşmuştur.

2. DÖVİZ KURU GEÇİŞ ETKİSİNİN TEORİK ALTYAPISI

Döviz kuru geçiş etkisi ve söz konusu etkinin derecesi oldukça önemli bir incelenme alanıdır. Dış ticarete konu olan malların ulusal para birimi cinsinden fiyatları döviz kuru değişiklikleri ile eş oranlı olarak değişiyorsa *tam geçiş etkisinden*; eş oranlı olarak değişmiyorsa *kısmi geçiş etkisinden* söz edilmektedir. Döviz kuru geçiş etkisine ilişkin teorik literatür, arz ve talep esnekliklerini, piyasa yapısı ve ürün özelliklerini, dış ticarete konu mallar üzerindeki tarife dışı engelleri, çok uluslu şirketlerin şirket içi fiyatlama uygulamalarını ve makroekonomik faktörleri inceleyen yaklaşımları içermektedir. Söz konusu yaklaşımların, geçiş sürecini etkileyen faktörlere ve her bir faktörün geçiş etkisi derecesine ilişkin bulguları ise Tablo 1'deki gibi özetlenebilmektedir.¹

Döviz Kuru Geçiş Sürecini Etkileyen Faktörler	Pozitif Korelasyon	Negatif Korelasyon
Dış Ticarete Konu Olan Malın Arz veya Talep Esnekliği	√	
Yurt İçinde Üretilen ve İthal edilen Mallar Arasındaki İkâme Edilebilirlik Derecesi		√
Piyasa Entegrasyonu		√
Piyasa Yoğunlaşma Oranı		√
Firmanın İtibarı		√
Piyasaya Giriş ve Çıkışta Telâfi Edilemeyen Batık Maliyetlerin		√

¹ Selma Öner, *Döviz Kuru – Enflasyon Etkileşimi ve Para Politikası Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul, 2010.

Varlığı	
Yabancı Firmanın Ulusal Piyasadaki Payı	√
Marjinal Maliyetin Üretim Miktarı Esnekliği	√
Tarife Dışı Engellerin Varlığı	√
Çok Uluslu Şirketlerin Varlığı	√
Piyasaya Göre Fiyatlama Stratejisi (Pricing-to-Market)	√
Şirket İçi Ticaret	√
Farklı Bölgelerde Üretim Yapabilme İmkânı	√
Döviz Kuru Volatilitesi	√
Toplam Talep Dalgalanmaları	√
Maliyet Artışının Sürekliliği	√
Enflasyon Oranı	√
Para Arzı Büyüme Oranı	√
Fiyat ve Ücret Katılıklarının Varlığı	√
Milli Gelir Seviyesi (Engel Kanunu gereği)	√
Üretim Açığı	√
Para Politikası Kredibilitesi	√
Para İkâmesi	√

Tablo 1: Döviz Kuru Geçiş Sürecini Etkileyen Faktörler

Döviz kuru değişikliklerinin yurt içi fiyatlar üzerine geçiş sürecini ve söz konusu geçişin derecesini inceleyen teorik çalışmaların yanı sıra, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke verilerine ilişkin pek çok ampirik çalışma da gerçekleştirilmiştir. Söz konusu ampirik çalışmalar incelendiğinde,

- ✓ Genellikle *kısmi döviz kuru geçiş etkisi* ile karşılaşıldığı,
- ✓ Döviz kuru geçiş etkisinin *ülkeler ve endüstriler arasında önemli farklılıklar* sergilediği,
- ✓ Belirli bir ülke için yapılan geçiş etkisi tahminlerinin de, *metodoloji, model yapısı ve değişken seçimi konularındaki farklılıklar* nedeni ile çalışmalar arasında farklılıklar sergileyebildiği,
- ✓ Ulusal para biriminin değer kazanma ve değer kaybetme dönemlerinde gözlenen döviz kuru geçiş etkilerinin farklı oluşunu ifade eden *asimetrik geçiş etkisinin var olduğu* ve genellikle, ulusal para birimi değer kaybettiğinde görülen döviz kuru geçiş etkisinin, ulusal para birimi değer kazandığında görülenden daha güçlü olduğu gözlenmektedir.²

3. DÖVİZ KURUNUN VE ENFLASYON ÜZERİNE GEÇİŞ ETKİSİNİN PARA POLİTİKASI STRATEJİLERİ İÇERİSİNDEKİ ROLÜ

Literatürde genel kabul gören bir görüş haline geldiği üzere, para politikasının temel nihâi hedefi fiyat istikrarının sağlanmasıdır. Ancak, söz konusu hedefe ulaşılabilmesi, politikaların zamanlamasının ve ekonomi üzerindeki etkilerinin doğru değerlendirilmesine bağlıdır. Bu değerlendirme ise, para politikası uygulamalarının reel ekonomiyi etkileme kanalları olan *parasal aktarım mekanizmaları* incelenerek gerçekleştirilebilmektedir.³

Döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş sürecinin para politikası üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla, söz konusu parasal aktarım mekanizması kanallardan biri olan *döviz kuru aktarım kanalı* ele alınmalıdır. Döviz kurlarının *net ihracat, firma bilançoları ve hane halkı bütçesi* üzerindeki

² Cletus C. Coughlin, Patricia S. Pollard, “Exchange Rate Pass-Through in U.S. Manufacturing: Exchange Rate Index Choice and Asymmetry Issues”, *The Federal Reserve Bank of St. Louis Working Papers*, No:2000-022A, 2000, s. 3-5, 7-8, 15.

³ Frederic S. Mishkin, “The Channels of Monetary Transmission: Lessons for Monetary Policy”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:5464, Şubat 1996, s. 1.

etkilerini içeren üç temel parasal aktarım mekanizması bulunmaktadır. Bu mekanizmalar şöyle işlemektedir:⁴

- ✓ Küreselleşmenin gelişimi ve dalgalı döviz kuru sisteminin artan bir şekilde benimsenmesi ile birlikte, uygulanacak para politikasının döviz kurları ve kurlar vasıtasıyla da net ihracat ve toplam üretim üzerindeki etkisi dikkatle incelenir hale gelmiştir. Süreç şöyle işlemektedir: Para arzının (M) genişlemesi ile birlikte yurtiçi reel faiz oranları (r) düşmekte ve bu durumda, ulusal para birimi cinsinden yatırımların getirisi yabancı para birimi cinsinden olanlara göre azalmaktadır. Bu durumun neticesinde, yabancı para birimine talep artmakta, yabancı para birimi ulusal para birimi karşısında değer kazanmakta ve çalışmanın birinci bölümünde ele alınan **faiz oranı paritesine** uygun olarak döviz kuru (E) yükselmektedir. Ulusal para biriminin göreceli değer kaybı ve döviz kurundaki yükseliş, **net ihracatı** (*net exports, NX*) ve dolayısıyla toplam üretim miktarını (Y) arttırmaktadır. Bu süreç şöyle ifade edilmektedir:

$$M \uparrow \Rightarrow r \downarrow \Rightarrow E \uparrow \Rightarrow NX \uparrow \Rightarrow Y \uparrow$$

- ✓ Özellikle gelişmekte olan ülkelerin çoğunda, yurtiçi borcun ve finansal kurum yükümlülüklerinin önemli bir kısmı yabancı para birimleri cinsinden belirlenmiştir. Bu durumda, döviz kurlarındaki dalgalanmalar finansal ve finansal olmayan kurumların bilançolarını etkilemek suretiyle toplam üretim miktarı üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Süreç şöyle işlemektedir: Para arzının genişlemesi ile birlikte yurtiçi reel faiz oranları (r) düşmekte, ulusal para birimi göreceli olarak değer kaybetmekte ve dolayısıyla döviz kuru (E) yükselmektedir. Döviz kurundaki yükseliş, firmaların yabancı para birimi cinsinden borç yüklerini arttırırken; genellikle ulusal para birimi cinsinden belirlenen varlıkların değerini etkilememektedir. Bu durumda, bir firmanın varlıkları ile yükümlülükleri arasındaki farka eşit olan **net değer** (*net worth, NW*) azalmaktadır. Net değer düşük olması, borca karşılık gösterilecek olan teminatın düşük değerli olması anlamına geleceğinden, tersi seçim sorununun ortaya çıkma ihtimâli ve potansiyel kayıplar artmaktadır. Diğer yandan, düşük net değere sahip olan firmaların riskli yatırım projelerine girme ihtimâlleri yüksek olduğundan, ahlâki risk sorunu da artacaktır. Asimetrik enformasyon

⁴ Frederic S. Mishkin, "The Transmission Mechanism and the Role of Asset Prices in Monetary Policy", *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:8617, Aralık 2001, s. 7-9.

sorunlarındaki söz konusu artış borç verme fonksiyonunu zayıflatmakta ve borç verme miktarındaki (*lending, L*) düşüş ile birlikte yatırım harcamaları (*I*) ve toplam üretim miktarı (*Y*) da azalmaktadır.⁵ Bu süreç şöyle ifade edilmektedir:

$$M \uparrow \Rightarrow r \downarrow \Rightarrow E \uparrow \Rightarrow NW \downarrow \Rightarrow \text{asimetrik enformasyon} \uparrow \\ \Rightarrow L \downarrow \Rightarrow I \downarrow \Rightarrow Y \downarrow$$

Döviz kurundaki yükselişin bir diğer etkisi ise, finansal kurumların yabancı para birimi cinsinden yükümlülüklerini arttırmak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Yükümlülüklerdeki bu artışa, firmaların ve hane halklarının borçlarını ödeyememelerinden kaynaklanan ve varlık kaybı anlamına gelen kredi kayıpları da eklendiğinde, bankaların ve diğer finansal kurumların bilanço yapıları bozulmaktadır. Buna ek olarak, finansal kurumların yabancı para birimi cinsinden borçları genellikle çok kısa vadeli olduğundan, bu borçların miktarındaki hızlı bir artış likidite problemlerine neden olmakta; bilançodaki bozulmayı (NW_b) daha da ağırlaştırmaktadır. Sonuçta, borç verme miktarı (*L*), yatırım harcamaları (*I*) ve toplam üretim miktarı (*Y*) azalmaktadır. Bu süreç şöyle ifade edilmektedir:

$$M \uparrow \Rightarrow r \downarrow \Rightarrow E \uparrow \Rightarrow NW_b \downarrow \Rightarrow L \downarrow \Rightarrow I \downarrow \Rightarrow Y \downarrow$$

- ✓ Döviz kurlarının hane halkı bütçesi üzerindeki etkilerine baktığımızda ise, hane halklarının yabancı para birimi cinsinden varlıklarının önemli bir rol üstlendiğini görmekteyiz. Özellikle sürekli nitelik taşıyan enflasyonist bir ekonomik yapıya sahip olan gelişmekte olan ülkelerde, tasarruflarının değerini korumak isteyen hane halkları daha ziyade güçlü yabancı para birimleri cinsinden varlıkları tercih etmektedirler. Bu durumda, para arzı artışı (*M*) sonucu düşen reel faiz oranları (*r*) ve yükselen döviz kuru (*E*), **hane halkı finansal servetinin değerini** (*wealth, W*) arttırmaktadır. Artan finansal servet değeri, tüketim harcaması (*consumption, C*) ve beraberinde toplam üretim miktarı (*Y*) artışına neden olmaktadır. Bu süreç şöyle ifade edilmektedir:

$$M \uparrow \Rightarrow r \downarrow \Rightarrow E \uparrow \Rightarrow W \uparrow \Rightarrow C \uparrow \Rightarrow Y \uparrow$$

Görüldüğü gibi, döviz kuru aktarım kanalı, borç yükü daha ziyade yabancı para birimleri cinsinden olan gelişmekte olan ülkelerde son derece önemli bir mekanizmadır. 1990'ların sonundan itibaren, pek çok gelişmiş ve gelişmekte

⁵ Mishkin, "The Channels of Monetary Transmission: Lessons for Monetary Policy", s. 10-11.

olan ülke merkez bankasının enflasyon hedeflemesi stratejisini benimsemesine rağmen; söz konusu ülkelerin bir kısmında, döviz kurunun nominal çapa olarak algılanmaya ve kararların döviz kuru hareketleri dikkate alınarak verilmeye devam edilmesi de söz konusu öneme dayanmaktadır.

Svensson (2000), döviz kurunun enflasyon hedeflemesi stratejisi içerisindeki rolüne ilişkin üç önemli noktayı vurgulamaktadır. Bunlardan ilki, **döviz kurunun parasal aktarım mekanizmasındaki rolüdür**. Buna göre, döviz kuru değişikliği enflasyon oranını şu üç farklı kanaldan etkilemektedir: **(i)** Açık bir ekonomide yaşanan döviz kuru değişikliği, yerli ve yabancı mallar arasındaki göreceli fiyatları ve böylece yerli mallara olan yurt içi ve yurt dışı talebi etkilemektedir. Sonuçta, *net ihracat* vasıtasıyla *toplam talep* ve dolaylı olarak da enflasyon oranı etkilenmektedir. **(ii)** Diğer yandan, döviz kuru değişikliği ithal edilen nihai malların ulusal para birimi cinsinden fiyatlarını ve söz konusu fiyatları içeren TÜFE'yi doğrudan etkilemektedir. Sonuçta, *ithal edilen nihai malların fiyatları* vasıtasıyla enflasyon oranı etkilenmekte ve genellikle bu etki, net ihracat vasıtasıyla sağlanan dolaylı etkiden daha kısa sürede gerçekleşmektedir. **(iii)** Son olarak, döviz kuru değişikliği *ithal edilen ara malların ulusal para birimi cinsinden fiyatlarını* ve TÜFE üzerinde yarattığı etki vasıtasıyla da *nominal ücretleri* etkilemektedir. Bu iki etki birleştiğinde, *yurt içinde üretilen malların maliyeti* vasıtasıyla enflasyon oranı etkilenmektedir. Döviz kurunun enflasyon hedeflemesi stratejisi içerisindeki rolüne ilişkin ikinci önemli nokta, bir varlık fiyatı olarak **döviz kurunun geleceğe dönük ve beklentiler vasıtasıyla belirlenen bir değişken oluşudur**. Bu durum, para politikasında önemli bir yere sahip olan beklentilerin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Son önemli nokta ise, **döviz kurunun bazı dış sorunları ulusal ekonomiye aktarmasıdır**. Dış enflasyon oranı ya da dış faiz oranları gibi değişkenlerde yaşanan dalgalanmalar, döviz kurları vasıtasıyla yurt içinde üretilen mallara olan talebi doğrudan etkilemektedir.⁶

Görüldüğü üzere, döviz kuru değişiklikleri ve söz konusu değişikliklerin enflasyon üzerine geçiş etkisi, para politikası uygulayıcıları açısından son derece önemli bir faktördür. Bu noktadan hareketle, döviz kuru değişkeninin para politikası kuralları içerisindeki yerine ilişkin pek çok teorik ve ampirik çalışma gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışmalar ele alınmadan önce, başlıca para politikası kurallarına değinilmelidir. Giderek artan sayıda ülke tarafından

⁶ Lars E. O. Svensson, "Open Economy Inflation Targeting", *Journal of International Economics*, C:50, No:1, Şubat 2000, s. 158.

benimsenen **enflasyon hedeflemesi tepki fonksiyonu** Bofinger (2001) tarafından şöyle tanımlanmaktadır:⁷

$$i_t = \bar{i} + \gamma (\pi_{t+T/i_{t-1}} - \bar{\pi}) \text{ with } \gamma > 0 \quad (1)$$

Buna göre kısa dönem faiz oranı (i_t) , ortalama kısa dönem faiz oranına (\bar{i}) ; ve T adet çeyrek dönem sonrası için, bir önceki dönemde geçerli olan faiz oranına göre belirlenen enflasyon tahmini $(\pi_{t+T/i_{t-1}})$ ile ilân edilen enflasyon hedefi $(\bar{\pi})$ arasındaki farka göre belirlenmektedir.⁸ Bu durumda para politikasının takip ettiği tek kriter, tahmin edilen enflasyon oranının ilân edilen enflasyon hedefine eşit olup olmadığıdır.

Tahmin edilebilir bir kurala bağlanması ile birlikte para politikasının şeffaflığının ve başarısının artacağını ileri süren Taylor (1993), teorik literatürde yaygın olarak kullanılan ve kendi adını taşıyan para politikası kuralını geliştirmiştir. **Taylor Kuralı**'na göre, para politikası sadece enflasyon oranını değil, üretim miktarını da takip etmektedir ve tahmin edilen değerler yerine gerçekleşen değerler kullanılmaktadır. Söz konusu kural şöyle ifade edilmektedir:

$$r_t = \bar{r} + b(\pi_t - \bar{\pi}) + c(y_t - \bar{y}_t) \quad (2)$$

Buna göre kısa dönem reel faiz oranı (r_t) , denge reel faiz oranına (\bar{r}) , gerçekleşen enflasyon oranı ile enflasyon hedefi arasındaki farka $(\pi_t - \bar{\pi})$ ve üretim miktarının potansiyel üretim miktarından sapmasına $(y_t - \bar{y}_t)$, yani üretim açığına, göre belirlenmektedir. Pek çok ülkenin para politikası stratejisini yansıttığı akademik çalışmalarla da ortaya koyulan Taylor Kuralı'nı nominal değerlerle ifade etmek de mümkündür. $(r_t = i_t - \pi_t)$ şeklindeki Fisher denklemi kullanılarak şu eşitliğe ulaşılmaktadır:⁹

⁷ Peter Bofinger, *Monetary Policy: Goals, Institutions, Strategies, and Instruments*, Oxford, Oxford University Press, 2001, s. 263.

⁸ Felix Hammermann, "Comparing Monetary Policy Strategies: Towards a Generalized Reaction Function", *Kiel Institute for World Economics Working Paper*, No:1170, Haziran 2003, s. 2-4.

⁹ A.e., s. 7-8.

$$i_t = \bar{i}_t + \gamma(\pi_t - \bar{\pi}) + \lambda(y_t - \bar{y}_t) \quad (3)$$

Görüldüğü üzere, kısa dönem faiz oranı genel kabul gören para politikası aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, esnek döviz kuru sistemlerinin yaygınlaşması ile birlikte, para politikası uygulamalarının etkileri sadece faiz oranı kanalı ile değil döviz kurları ile de aktarılır hale gelmiştir. Diğer yandan, döviz kurlarında gözlenen dışsal hareketlerin toplam talep üzerindeki etkilerinin de kontrol edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Neticede, ara hedef olarak sadece kısa dönem faiz oranının kullanılmasına dayalı para politikası uygulamalarının yanı sıra, kısa dönem faiz oranı ve döviz kurunun kombinasyonundan oluşan ve **parasal koşullar endeksi (monetary conditions index, MCI)** olarak adlandırılan yeni bir ara hedef geliştirilmiştir. Kısa dönem faiz oranı ve döviz kuru değişkenlerinde yaşanan hareketlerin toplam talep üzerinde yarattığı etkilerin tahmin edilebilmesi amacı ile kullanılan parasal koşullar endeksi, reel veya nominal olarak ifade edilebilmektedir. Reel değerlerin kullanıldığı parasal koşullar endeksi teorik olarak daha uygun bir ölçü olmakla birlikte, kısa vadede bazı pratik amaçlarla nominal parasal koşullar endeksi de kullanılabilir.

Farklı ölçümleri mevcut olsa da, parasal koşullar endeksi reel faiz oranı (r_t) ile reel döviz kurunun (q_t), temel alınan belirli bir periyoda ait değerlerinden (\bar{r}, \bar{q}) sapmalarının ağırlıklı ortalaması ile belirlenmekte¹⁰ ve şöyle ifade edilmektedir:

$$MCI = r_t - \bar{r} - \delta(q_t - \bar{q}) \quad (4)$$

Ağırlığı ifade eden δ , faiz oranı ve döviz kurunun toplam talep üzerindeki göreceli etkisine göre belirlenmekte ($\delta = \beta/\alpha$) ve makroekonomik modellerden ($y_t = \alpha r_t + \beta q_t$) elde edilmektedir.

Faiz oranının yanında döviz kurunun da etkilerini dikkate alan parasal koşullar endeksindeki artış, daraltıcı para politikasına; azalış ise genişletici para politikasına karşılık gelmektedir. Merkez bankaları, ekonomiyi vuran ve enflasyon hedefini etkileyen başka şokların bulunmadığı bir ortamda, dışsal değişkenlere ilişkin tahminlere göre *optimal parasal koşullar endeksinin*

¹⁰ Charles Freedman, "The Role of Monetary Conditions and the Monetary Conditions Index in the Conduct of Policy", *The Transmission of Monetary Policy in Canada*, Ed. Bank of Canada, Ottawa, Kanada, 1996, s. 81.

(MCI_t^{opt}) seyrini belirlemektedirler. Buna göre, gerçekleşen parasal koşullar endeksi ile bu endeksin optimal seviyesi arasındaki fark para politikası değişikliklerine yön vermekte; ve nominal faiz oranı, söz konusu iki değeri eşitleyebilmek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca, nominal faiz oranındaki bir değişiklik para politikası üzerinde doğrudan bir etki sağlamakla kalmamakta; faiz oranı paritesi gereği döviz kurunu etkilemek suretiyle dolaylı bir etki de sağlamaktadır.¹¹ Söz konusu nominal faiz oranına ilişkin tepki fonksiyonunun elde edilebilmesi için, *Bofinger ve Wollmershäuser (2001)* tarafından tanımlanan şu optimal parasal koşullar endeksi kullanılmaktadır:¹²

$$MCI_t^{opt} = \gamma(\pi_t - \bar{\pi}) + \lambda(y_t - \bar{y}_t) \quad (5)$$

Gerçekleşen parasal koşullar endeksi ile yukarıda yer alan optimal endeksin birbirine eşitlenmesi, yeniden düzenlenmesi ve Fisher denklemi kullanılarak nominal faiz oranı cinsinden ifade edilmesi halinde, nominal faiz oranına ilişkin tepki fonksiyonu şöyle elde edilmektedir:

$$MCI_t = MCI_t^{opt} \quad (6)$$

$$r_t - \bar{r} - \delta(q_t - \bar{q}) = \gamma(\pi_t - \bar{\pi}) + \lambda(y_t - \bar{y}_t) \quad (7)$$

$$r_t = \bar{r} + \gamma(\pi_t - \bar{\pi}) + \lambda(y_t - \bar{y}_t) + \delta(q_t - \bar{q}) \quad (8)$$

$$i_t = \bar{i}_t + \gamma(\pi_t - \bar{\pi}) + \lambda(y_t - \bar{y}_t) + \delta(q_t - \bar{q}) \quad (9)$$

Görüldüğü üzere eşitlik (9), enflasyon oranı ve üretim miktarının yanı sıra, döviz kurunun denge değerinden sapmasını da dikkate alan **genişletilmiş bir Taylor Kuralıdır**.¹³

Stevens (1998), parasal koşullar endeksi ile ilgili bazı eleştirilerde bulunmaktadır. Bunlardan ilkinde göre, parasal koşullar endeksi aslında bir para politikası aracı (faiz oranı) ile bir parasal aktarım mekanizmasının (döviz kuru) karışımıdır. Güvencesiz faiz oranı paritesinin geçerli ve dış faiz oranlarının

¹¹ Hammermann, "Comparing Monetary Policy Strategies: Towards a Generalized Reaction Function", s. 9-11.

¹² Peter Bofinger, Timo Wollmershäuser, "Managed Floating: Understanding the New International Monetary Order", *Centre for Economic Policy Research Discussion Paper*, No:3064, 2001, s.26.

¹³ Hammermann, "Comparing Monetary Policy Strategies: Towards a Generalized Reaction Function", s. 16-18.

belirli olması halinde, iç faiz oranındaki bir değişim hemen bir döviz kuru değişimine neden olacaktır. Bu durumda, döviz kurunu takip etmek gerekli olmayacak ve parasal koşullar endeksinde yer alan döviz kuru değişkeni gereksiz hale gelecektir. Güvencesiz faiz oranı paritesinin geçerli olmaması halinde bu eleştiri çökmektedir; ancak, döviz kurunda meydana gelen değişikliklerin tek kaynağı faiz oranları değildir. Dış ticaret koşullarında yaşanan gelişmeler ve diğer bazı dışsal şoklar da beklenmedik döviz kuru değişikliklerine neden olabilmektedir. Bu nedenle, döviz kuru değişikliklerine para politikası ile karşılık verilmeden önce, söz konusu değişikliğin nedeni araştırılmalı; ona göre hareket edilmelidir. *Stevens*'a göre, tüm dışsal şokların incelenmesi, mevcut tüm bilgilerin toplanması oldukça detaylı analiz gerektiren bir süreçtir ve endeksten elde edilecek bir katsayı ile temsil edilmesi de söz konusu süreci basitleştirmektedir.¹⁴

Hammermann (2003), farklı para politikası stratejilerine ait tepki fonksiyonlarındaki benzerliklerden yola çıkarak, **genelleştirilmiş bir tepki fonksiyonu** elde edilebileceğini ileri sürmekte ve söz konusu fonksiyonu temsilen, eşitlik (9)'da yer alan ve enflasyon oranı, üretim açığı ve döviz kuru değişkenlerini içeren **genişletilmiş Taylor Kuralı**'nı önermektedir. Gerçekleşen değerlerle (explicitly) yazılmış olan söz konusu kural, gerçekleşen değerler yerine tahminler kullanılarak yazıldığında (implicitly), şu eşitlik elde edilmektedir:

$$i_t = \bar{i}_t + \gamma(\pi_{t+T/i_{t-1}} - \bar{\pi}) + \lambda(y_{t+T/i_{t-1}} - \bar{y}_t) + \delta(q_{t+T/i_{t-1}} - \bar{q}) \quad (10)$$

Böyle bir genelleştirilmiş tepki fonksiyonuna ulaşılsa bile, *Hammermann*'a göre, normatif açıdan bakıldığında döviz kurunun açık bir şekilde para politikası tepki fonksiyonlarında yer alıp almaması gerektiğine ilişkin çalışmalar artırılmalıdır. Bu soruya verilecek olan cevap, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından farklılıklar gösterecektir. Sanayileşmiş ülkelerde uygulanan para politikasının amaçları, yurtiçi fiyat seviyesi ve üretim miktarı istikrarı şeklinde açıkça tanımlanmakta ve para politikası araçları bu amaçlar için kullanılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise, söz konusu değerlerin istikrarı büyük oranda uluslararası piyasaların durumuna bağlıdır ve bu nedenle de, sadece ulusal para politikası araçlarını kullanarak istikrarı sağlamak oldukça güçtür. Bu durumda, gelişmekte olan ülke merkez bankaları makroekonomik istikrarı sağlayabilmek için döviz kurunu dikkate almak zorundadırlar. Pozitif açıdan bakıldığında ise, döviz kurunun, söz konusu iki

¹⁴ Glenn R. Stevens, "Pitfalls in the Use of Monetary Conditions Indexes", *Reserve Bank of Australia Bulletin*, Ağustos 1998, s. 36-37, 43.

ülke grubundaki para politikası stratejilerinin formülasyonunda ve uygulanışında farklı bir rol oynayıp oynamadığı sorusu gündeme gelmektedir. Bu noktada şu kriterler göz önünde bulundurulmalıdır: **(i)** enflasyon oranının hedef değerinden sapmasına büyük bir ağırlık veriliyorsa enflasyon hedeflemesi; **(ii)** üretim açığına büyük bir ağırlık veriliyorsa Taylor Kuralı; **(iii)** döviz kurunun denge değerinden sapmasına büyük bir ağırlık veriliyorsa parasal koşullar endeksi uygulanmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için özellikle dikkat edilmesi gereken nokta, enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulandığı bir ekonomide döviz kuruna verilen önemin ne olması gerektiğidir.¹⁵

Döviz kurunun açık bir şekilde para politikası tepki fonksiyonlarında yer alıp almaması gerektiğine ilişkin çalışmalar arasında *Ball (1999)* ve *Svensson (2000)* tarafından gerçekleştirilen ampirik çalışmalar da mevcuttur. Söz konusu çalışmalar, döviz kuru değişkenini de içeren bir para politikası kuralının enflasyon hedefinin tutturulabilmesi konusunda fayda sağladığını; ancak bu fayda seviyesinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. *Ball* tarafından elde edilen sonuçlara göre, döviz kurunu dikkate alan bir faiz oranı kuralı, reel üretimin potansiyel üretim seviyesinden standart sapması % 1,4 olarak sabit kalmak üzere, enflasyon oranının belirlenen enflasyon hedefinden standart sapmasının % 2'den % 1,9'a düşmesini sağlamaktadır. *Svensson* tarafından elde edilen sonuçlara göre ise, döviz kurunu dikkate alan bir faiz oranı kuralı, enflasyon oranının belirlenen enflasyon hedefinden standart sapmasının % 2,1'den % 1,8'e düşmesini sağlamakta; ancak, reel üretimin varyansının % 1,7'den % 1,8'e yükselmesine neden olmaktadır.¹⁶

Görüldüğü üzere, faiz oranları döviz kuru değişikliklerine **doğrudan tepki** verdiğinde, enflasyon hedefinden sapmaların azaltılması konusunda oldukça düşük oranlarda başarı sağlanabildiği gibi; üretim seviyesi de söz konusu doğrudan tepkiden olumsuz etkilenebilmektedir. *Taylor (2001)*'a göre bu durumun iki muhtemel açıklaması mevcuttur. Bunlardan ilkinde göre, faiz oranları döviz kuru değişikliklerine doğrudan tepki vermese bile, önemli bir **dolaylı tepki** zaten mevcuttur. Söz konusu dolaylı tepki şöyle gerçekleşmektedir: Ulusal para birimi değer kazandığında, bir yandan net ihracat azalacak ve böylece toplam talep daralacak; diğer yandan, ithalat daha ucuz hale geleceğinden ve ithal edilen mal fiyatları ulusal para birimindeki değerlenme kadar hızlı yükselmeyeceğinden enflasyon oranı düşecektir.

¹⁵ Hammermann, "Comparing Monetary Policy Strategies: Towards a Generalized Reaction Function", s. 21-24.

¹⁶ John B. Taylor, *Recent Developments in the Use of Monetary Policy Rules*, 16 Temmuz 2000, (Çevrimiçi) <http://www.stanford.edu/~johntayl/Papers/bi2000.pdf>, 01 Mart 2010, s. 13-14.

Üretim ve enflasyonun döviz kuru değişikliğine vereceği söz konusu tepkiler belirli bir gecikme ile gerçekleşecektir. Bu durumda, cari dönemde gerçekleşen bir döviz kuru değişikliği, gelecek dönemde üretim seviyesi ve enflasyon oranının düşeceği beklentisi oluşturacak; bu beklenti de, gelecek dönemde faiz oranlarının da düşeceği beklentisini doğuracaktır. *Rasyonel Beklentiler Hipotezi*'nin kabulü halinde ise, gelecek dönemde kısa dönem faiz oranlarının düşeceği beklentisi, cari dönemde uzun dönem faiz oranlarının da düşmesine neden olacaktır. Böylece, döviz kuru doğrudan para politikası kuralına dahil edilmese bile, döviz kuru aktarım kanalındaki gecikmeler ve Rasyonel Beklentiler Hipotezi vasıtasıyla, cari dönem faiz oranlarının değişmesine neden olabilecektir. Para politikası kuralının beklentileri de içerecek şekilde oluşturulması halinde, söz konusu etki daha da güçlü olacaktır. O halde, döviz kuru doğrudan para politikası kuralına dahil edilse de edilmese de, faiz oranları döviz kuru değişikliğine tepki verecektir. Bu durum, *Ball, Svensson* ve diğer bazı ekonomistler tarafından elde edilen ve döviz kuru değişkenini de içeren bir para politikası kuralının, enflasyon hedefinden sapmaların azaltılması konusunda oldukça düşük oranlarda başarı sağlayabildiği şeklindeki bulguya da açıklık kazandırmaktadır.¹⁷

Söz konusu bulgu ile ilgili diğer açıklamaya göre ise, döviz kurunun satın alma gücü paritesinden sergileyeceği bazı sapmaların faiz oranları ile karşılanmaması gerektirir. Aksi takdirde, faiz oranlarındaki değişiklikler neticesinde üretim seviyesi ve enflasyon oranının alabileceği zararlar daha olumsuz sonuçlar doğurabilecektir. Diğer yandan, döviz kurundaki *geçici* değişikliklerin enflasyon beklentilerini çok fazla etkilememesi halinde, söz konusu *geçici* değişikliklerin faiz oranları üzerindeki dolaylı etkileri de düşük olacaktır. Ancak, döviz kurunun para politikası kuralı içerisinde doğrudan yer alması halinde, söz konusu *geçici* değişiklikler faiz oranları üzerinde zararlı etkilere neden olabilecektir.¹⁸

Hunt ve Isard (2003) ise, *belirsizlik* faktörünün para politikası uygulamaları üzerindeki etkisinden yola çıkarak, döviz kurunun ithalat ve tüketici fiyatları üzerine *geçiş etkisi belirsizliği* üzerinde durmaktadırlar. Literatür göstermektedir ki, döviz kuru geçiş etkisinin derecesine ilişkin belirsizlik artmakta iken; yurtiçi fiyatların döviz kuru değişikliklerine olan hassasiyeti 1980'lerden 1990'lara önemli bir azalış sergilemektedir. Söz konusu durumun yapısal bir değişikliğe dönüşmesi halinde, enflasyon

¹⁷ John B. Taylor, "The Role of the Exchange Rate in Monetary Policy Rules", *American Economic Review*, C:91, No:2, Mayıs 2001, s. 266.

¹⁸ A.e., s. 267.

hedeflemesi stratejisini izleyen para politikası uygulayıcıları önemli zorluklarla karşılaşabileceklerdir. İşte bu noktadan hareketle, döviz kuru geçiş etkisinin derecesine ilişkin belirsizliğin para politikası uygulamalarındaki rolünü inceleyen *Hunt ve Isard*, para politikası kuralı tahmin edilirken, geçiş etkisinin olduğundan daha zayıf tahmin edilmesi neticesinde alınacak yanlış kararın, geçiş etkisinin olduğundan daha güçlü tahmin edilmesi neticesinde alınacak yanlış karardan daha zararlı olacağını vurgulamaktadırlar.¹⁹

Döviz kurunun enflasyon hedeflemesi stratejisi içerisindeki rolünü analiz eden çalışmalardan biri de *Ho ve McCauley (2003)* tarafından gerçekleştirilmiştir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki uygulamaları karşılaştırmak isteyen *Ho ve McCauley*, enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan 6 gelişmiş ve 12 gelişmekte olan ülkeye ait verileri kullanarak, *enflasyon, dış alem, finansal istikrar ve döviz piyasasının işleyişi* üzerindeki etkileri vasıtasıyla döviz kurunun önemini incelemiştir. Döviz kuru dalgalanmalarına karşılık vermek amacıyla, para politikası uygulamalarının yanı sıra kullanılan *döviz piyasası müdahaleleri ve sermaye kontrollerini* de ele alan çalışmadan elde edilen bulgular şöyle sıralanabilmektedir:²⁰

- ✓ Gelişmekte olan ülke ekonomileri, döviz kuru dalgalanmalarına karşı sanayileşmiş ülkelerin olduğundan daha savunmasızdırlar. Bu durumun temel nedenlerinden biri, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda uzun yıllar boyunca gözlenen *yüksek enflasyonist ortamın*, piyasa katılımcılarının enflasyonist beklentilerini ve hassasiyetini arttırması ve *para ikâmesini* güçlendirmesidir. Bu durum, döviz kuru geçiş etkisini güçlendirmekte ve hızlandırmakta ve geçici olması beklenen şokların kalıcı hale gelmesine, finansal krizlerin oluşmasına neden olabilmektedir. Diğer yandan, göreceli olarak *düşük gelir seviyelerine sahip olmaları* nedeniyle, dış ticarete konu olan gıda ve imalat sanayi ürünlerini yoğun olarak içeren bir tüketim kalıbına sahip olan gelişmekte olan ülkelerde, döviz kuru değişikliklerinin fiyat seviyelerine daha yüksek bir oranda yansması da beklenen bir durumdur. Bu noktadan hareketle, söz konusu ülkelerdeki para politikası uygulayıcıları döviz kuru değişikliklerini belirgin bir biçimde dikkate almaktadırlar.

¹⁹ Benjamin Hunt, Peter Isard, "Some Implications for Monetary Policy of Uncertain Exchange Rate Pass-Through", *International Monetary Fund Working Paper*, No:03/25, 2003, s. 3-4, 32-33.

²⁰ Corinne Ho, Robert N. McCauley, "Living with Flexible Exchange Rates: Issues and Recent Experience in Inflation Targeting Emerging Market Economies", *Bank for International Settlements Working Papers*, No:130, Şubat 2003, s. 2-3, 30, 34-35.

- ✓ Çalışmada ele alınan gelişmekte olan ülke ekonomileri incelendiğinde, para politikasının döviz kuru değişikliklerine verdiği karşılığın, söz konusu değişikliğin enflasyon üzerindeki etkisinin altında veya üzerinde olabildiği görülmektedir. Bazı durumlarda, enflasyon oranına ilişkin belirlenen hedef bandının genişliği, para politikası uygulayıcılarına döviz kuru değişikliğine karşılık verebilmek için hareket alanı sağlarken; bazı durumlarda döviz kurunun da kontrol altında tutulması gerekebilmektedir. Yine de, çalışmanın incelediği ülke örneklerine bakıldığında, faiz oranının döviz kurunu etkilemek için kullanıldığı bir duruma rastlanmamış; fakat duyurulan enflasyon hedefini elde edebilmek için talimatların doğrudan sıkılaştırıldığı gözlenmiştir. Bu noktadan hareketle, gelişmekte olan ülke ekonomilerinin döviz kurunu dengede tutmakla da meşgul oldukları için gerçek anlamda bir enflasyon hedeflemesi uygulayamadıkları şeklindeki görüşün halen kanıtlanamadığı söylenebilmektedir.
- ✓ Enflasyon oranına ilişkin belirlenen hedef bandının genişliğinin döviz kuru değişikliğine karşılık verebilmek için hareket alanı sağladığı durumlarda, para politikası uygulayıcılarının halk ve piyasalar ile açık ve tutarlı bir iletişim kurarak *şeffaflığı ve kredibilitiyi arttırmaları* önemli hale gelmektedir.
- ✓ Uygulanan para politikası stratejisi ne olursa olsun, döviz kuru hareketlerinin sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş ülkelerde de dikkate alınan dinamikler olduğu unutulmamalıdır.
- ✓ Döviz kuru hareketlerinin politika hedefleri üzerindeki etkileri ile mücadelede, para politikasının yanı sıra, politika uygulayıcıları tarafından gerçekleştirilecek *döviz piyasası müdahaleleri ve sermaye kontrolleri* de kullanılabilir. Bu noktada önemli olan, döviz piyasası müdahalesinin para politikası araçlarını ve piyasadaki likiditeyi etkilememesi (sterilize edilmesi) ve sermaye kontrollerinin, ülkenin uluslararası sermaye piyasalarındaki rekabet gücüne ve verimli yatırım olanaklarına zarar vermemesidir.

Merkez bankasının ilk önce döviz piyasasında gerekli gördüğü döviz alım veya satım işlemini gerçekleştirmesi; ardından, söz konusu işlemin parasal tabanda yaratacağı etkiyi sterilize etmek amacıyla, eş anlı ve eş miktarda bir ulusal para birimi cinsinden menkul kıymet satım veya alım işlemi gerçekleştirmesi şeklinde tanımlanabilen *sterilize edilmiş döviz piyasası müdahalelerinin etkinliği* tartışılmakta olan bir konudur. Söz konusu

müdahalelerin döviz kurları ve faiz oranları üzerindeki etkilerinin oldukça zayıf ve belirlenmesinin de oldukça güç olduğuna dair bulgular mevcuttur.²¹ *Schwartz (2000)*, sanayileşmiş ülkelerdeki döviz piyasası müdahalelerini incelemiş ve ABD ve Avrupa ülkelerinde 1990'lı yılların sonlarında müdahale gerçekleştirilmediğini gözlemlemiştir. Sadece Japonya Merkez Bankası döviz piyasası müdahalelerine devam etmektedir. Buna göre, sterilize edilmiş döviz piyasası müdahalelerinin etkili olmadığı görüşünün pek çok ülkede yaygınlaştığı sonucuna ulaşılabilmektedir.²²

Açıklamalar göstermektedir ki, döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisinin zayıf oluşu, bağımsız bir para politikası uygulayabilme özgürlüğü sağlamak ve enflasyon hedeflemesi politikasının uygulanmasını kolaylaştırmaktadır.²³ *Campa ve Goldberg (2002)* de, iyi işleyen bir döviz kuru sisteminin ve para politikası etkinliğinin döviz kuru geçiş etkisinin derecesine bağlı olduğunu vurgulamaktadırlar. İthalat fiyatları üzerine zayıf döviz kuru geçiş etkisinin varlığı, nominal döviz kurlarındaki dalgalanmaların harcama kararları üzerindeki etkisinin de zayıf olacağı anlamına geldiğinden, para politikasının reel şoklarla mücadelede daha etkin olmasını sağlamaktadır. Güçlü döviz kuru geçiş etkisinin varlığı durumunda ise, para politikasının etkinliği kırılabilir ve rejime bağlı bir seyir izlemektedir.²⁴ O halde, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki para politikası uygulayıcıları, doğrudan para politikası kuralına dahil etmeseler bile, döviz kuru değişikliklerini ve söz konusu değişikliklerin enflasyon üzerindeki etkilerini belirgin bir biçimde dikkate almak zorundadırlar.

4. UYGULANAN PARA POLİTİKASININ DÖVİZ KURUNUN ENFLASYON ÜZERİNE GEÇİŞ SÜRECİNDEKİ ROLÜ

1990'ların başından itibaren uygulanan para politikalarının, özellikle enflasyon hedeflemesi stratejisinin, oldukça istikrarlı ve başarılı hale geliştiğinden, döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisinin de zayıfladığı

²¹ Maurice Obstfeld, Kenneth Rogoff, "The Mirage of Fixed Exchange Rates", *Journal of Economic Perspectives*, C:9, No:4, Sonbahar 1995, s. 75-76.

²² Anna J. Schwartz, "The Rise and Fall of Foreign Exchange Market Intervention", *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:7751, Haziran 2000, s. 22-27.

²³ Ehsan U. Choudhri, Dalia S. Hakura, "Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices: Does the Inflationary Environment Matter?", *International Monetary Fund Working Paper*, No:01/194, Aralık 2001, s. 3, 20.

²⁴ José Manuel Campa, Linda S. Goldberg, "Exchange Rate Pass-Through into Import Prices: A Macro or Micro Phenomenon?", *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:8934, Mayıs 2002, s. 2.

görülmektedir. IMF tarafından, göreceli olarak daha bağımsız para politikalarına sahip olan Kanada, Almanya, Birleşik Krallık ve ABD için para politikası kuralları tahmin etmek suretiyle gerçekleştirilen ve sonuçları hem gelişmiş ülkeler ve hem de pek çok gelişmekte olan ülke için geçerli olan araştırma neticesinde, 1980 ve 1990'larda uygulanan para politikalarının enflasyona verdiği önemin, 1970'lerde uygulanan para politikalarının verdiği önemden daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir. Diğer yandan, yine 1980 ve 1990'lı yıllarda, pek çok merkez bankası daha bağımsız hale gelmiş ve düşük enflasyon oranı para politikasının temel hedefi olmuştur. Üretim açığına verilen önemin enflasyonun gerisinde kalması neticesinde, faiz oranlarında (gradualism olarak bilinen) daha yumuşak değişiklikler yapılır hale gelmiş ve bu durum da, para politikasını daha tahmin edilebilir kılmış, politika kredibilitelerini arttırmıştır.

1990'lı yıllarda elde edilen düşük enflasyon oranlarının enflasyonist sürecin yapısında yarattığı değişiklikler ise şu üç rotayı izlemektedir: **(i)** 1980'li yıllardan 1990'lı yıllara enflasyonun volatilitesi önemli boyutta azalmıştır, **(ii)** volatilitedeki azalışla birlikte enflasyon daha tahmin edilebilir hale gelmiştir ve **(iii)** enflasyonun sürekliliği azalmıştır. Tüm bu gelişmeler, daha iyi bir ekonomik performansa ve beraberinde üretim miktarında görülen dalgalanmaların da azalmasına neden olmaktadır.²⁵

Elde edilen düşük ve istikrarlı enflasyon oranları, azalan üretim miktarı dalgalanmaları ve para politikasının artan kredibilitesi, özel sektör davranışları üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Söz konusu etki şu üç temel kanaldan işlemektedir: **(i)** düşük ve tahmin edilebilir enflasyon oranları, geleceğe ilişkin enflasyon beklentilerini de düşürdüğünden, ücret sözleşmelerinin süresi uzatılabilmektedir, **(ii)** yine aynı sebepten dolayı, finansal sözleşmeler daha uzun vadeli yapılabilmekte ve daha uzun vadeli finansal varlık tutulabilmektedir, **(iii)** firmaların fiyat belirleme gücü azalmakta ve böylece döviz kuru geçiş etkisi zayıflamaktadır.²⁶

IMF'in çalışmasına paralel olarak *Eichengreen (2002)*, döviz kuru değişikliklerinin fiyatlar üzerine geçiş etkisinin dışsal olmadığını ve ülkede uygulanan para politikasından bağımsız düşünülemeyeceğini vurgulamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda uzun yıllar boyunca gözlenen yüksek enflasyonist ortam, piyasa katılımcılarının enflasyonist beklentilerini ve hassasiyetini arttırmakta ve para ikâmesini güçlendirmektedir. Bu durum, döviz

²⁵ International Monetary Fund, *World Economic Outlook, April 2002*, (Çevrimiçi) <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2002/01/pdf/chapter2.pdf>, 01 Mart 2010, s. 87-89.

²⁶ A.e., s. 89-90.

kuru geçiş etkisini güçlendirmekte ve hızlandırmakta ve geçici olması beklenen şokların kalıcı hale gelmesine neden olabilmektedir. İşte bu noktada para politikasının kredibilitesi devreye girmektedir. Düşük enflasyon hedefi taahhüdünün kredibilitesi, fiyat istikrarını sağlamaya yönelik kurumsal taahhüt, merkez bankası bağımsızlığı ve hesap verebilirliği ve alınan para politikası kararlarının nedenlerine ilişkin kamuoyu açıklamaları ile artırıldığı takdirde, geçici şokların kalıcı olacağına ilişkin piyasa beklentilerinin de azalması beklenmektedir.²⁷

Bailliu ve Fujii (2004)'nin çalışması da, döviz kuru değişikliklerinin ithalat, üretici ve tüketici fiyat endeksleri üzerine geçiş etkisinin, 1990'ların başında pek çok sanayileşmiş ülkede elde edilen düşük enflasyon oranlarını takiben zayıfladığı hipotezini doğrulamaktadır. Çalışmada değinilen diğer bir nokta ise, 1980'lerin başında da düşük enflasyon oranları elde edilmiş olmasına rağmen, geçiş etkisinin 1990'larda olduğu gibi zayıflamadığıdır. 1970'lerde yaşanan petrol krizlerinin ardından artan enflasyon oranlarını düşürmek isteyen sanayileşmiş ülkelerin çoğu, bu amaçla 1980'lerin başında para politikası değişiklikleri gerçekleştirmişlerdir. Avrupa ülkelerinin çoğu sabit parite sistemini benimsemiş, ve başta Almanya olmak üzere, düşük enflasyon oranlarına sahip ülkelerin uyguladıkları para politikası değişikliklerini takip etmişlerdir. 1980'lerin başında, **yüksek olan enflasyon oranlarını düşürmek amacıyla** ilk adımı atılan ve başarılı olunan bu süreç, 1990'ların başında **enflasyonu kontrol etmek ve fiyat istikrarını sürdürmek amacıyla** ikinci aşamasına ulaşmış ve sanayileşmiş ülkelerin çoğu enflasyon hedeflemesi stratejisini benimsemiştir. Merkez bankalarının daha bağımsız hareket eder hale geldiği bu son süreçte, uygulanan **para politikası kredibilitesinin** 1980'lerde uygulanandan daha yüksek olduğunu ve 1980'lerde uygulanan politikalara duyulan güvenin de 1990'larda sağlandığını ileri süren *Bailliu ve Fujii*, bu saptamaları döviz kuru geçiş etkisinin 1990'larda daha zayıf hale gelmesinin muhtemel nedenleri olarak sıralamaktadırlar.²⁸

İstikrarlı bir para politikası uygulamasının döviz kuru geçiş etkisini zayıflattığı hipotezini test etmek isteyen *Gagnon ve Ihrig (2004)*, 20 sanayileşmiş ülkeye ait 1971:Q1-2003:Q4 dönemi verilerini kullanmışlar; ve tahmin edilen geçiş etkisi oranları ile enflasyonda görülen dalgalanmalar arasında güçlü ve istatistiki açıdan anlamlı pozitif korelasyon olduğuna dair

²⁷ Barry Eichengreen, "Can Emerging Markets Float? Should They Inflation Target?", *Berkeley University Working Paper*, No:36, Şubat 2002, s. 21-22.

²⁸ Jeannine Bailliu, Eiji Fujii, "Exchange Rate Pass-Through and the Inflation Environment in Industrialized Countries: An Empirical Investigation", *Bank of Canada Working Paper*, No:2004-21, Haziran 2004, s. 17, 20-21.

genel bir kanıtla ulaşılmıştır. Buna göre, para politikasının temel amacının enflasyonun istikrarını sağlamak olduğu ve söz konusu politika neticesinde istikrarlı enflasyon oranlarının elde edildiği ülkelerde, döviz kuru geçiş etkisinin de önemli ölçüde zayıfladığı sonucunu elde edilmiştir.²⁹

Mishkin (2008) de, 1990'ların başından itibaren özellikle sanayileşmiş ülkelerin çoğunda gözlenen zayıf döviz kuru geçiş etkisinin nedeni olarak, **istikrarlı enflasyon hedeflemesi stratejisini** göstermektedir. Nominal çapa içermeyen istikrarsız bir para politikasının uygulandığı ekonomilerde, döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi daha güçlü olmaktadır. İstikrarlı ve tahmin edilebilir bir nominal çapa içeren bir para politikasının uygulandığı ekonomilerde ise, merkez bankası, mali sorunlar ve politik baskılardan bağımsız hareket edebilmekte; ve böylece, yaşanan şokların etkisi hafifletmekte, döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisi de zayıflamaktadır. Bu genel teorik yargıya rağmen *Mishkin*, uygulamada bazı şoklar ve bu şoklara verilen tepkilerin kısa vadede yüksek geçiş etkisine sebep olabildiğini hatırlatmakta ve bu nedenle, parasal aktarım mekanizmalarının nasıl işlediğinin ve döviz kuru değişikliklerinin ithalat fiyatları üzerindeki etkilerinin iyi analiz edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.³⁰

Uygulanan para politikasının döviz kuru geçiş etkisi üzerindeki rolüne ilişkin daha güncel bir çalışma, *López-Villavicencio ve Mignon (2017)* tarafından gerçekleştirilmiştir. 14 gelişmekte olan ülkeye ait 1994:Q1-2015:Q3 dönemi verileri kullanılarak gerçekleştirilen analiz neticesinde, enflasyon hedeflemesi rejiminin benimsenmesinin, ülkelerin çoğunda döviz kurunun tüketici fiyatları üzerine geçiş etkisinde ciddi azalışlara neden olduğu gözlenmiştir. Çalışmada ayrıca, **para politikası kararlarının şeffaflığının**, döviz kurunun tüketici fiyatları üzerine geçiş etkisini açıkça azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, **merkez bankası bağımsızlığı** ile döviz kuru geçiş etkisi arasında benzer bir ilişkiye rastlanamamıştır.³¹

Kabundi ve Mlachila (2019), son yirmi yıl içerisinde Güney Afrika'da gözlenen zayıf döviz kuru geçiş etkisinin nedenlerini araştırmışlar ve bu durumun en önemli nedeninin, **para politikası kredibilitesindeki artış** olduğunu saptamışlardır. Söz konusu kredibilite artışının en önemli nedeninin

²⁹ Joseph E. Gagnon, Jane Ihrig, "Monetary Policy and Exchange Rate Pass-Through", *International Journal of Finance and Economics*, C:9, No:4, Ekim 2004, s. 315-316, 321.

³⁰ Frederic S. Mishkin, "Exchange Rate Pass-Through and Monetary Policy", *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:13889, Nisan 2008, s. 4-6, 13-14.

³¹ Antonia López-Villavicencio, Valérie Mignon, "Exchange Rate Pass-Through in Emerging Countries: Do the Inflation Environment, Monetary Policy Regime and Central Bank Behavior Matter?", *Journal of International Money and Finance*, 79, 2017, s. 36.

ise Güney Afrika Merkez bankasının **enflasyon hedeflemesi rejimini benimsemesi** ve beraberinde artan **iletişim, şeffaflık ve bağımsızlık** olduğunu ileri sürmektedirler. Enflasyon oranlarında ve volatilitedeki azalış ile birlikte daha da artan kredibilite sayesinde, dış şoklara rağmen beklentiler daha doğru oluşturulmuştur. Bu durum döviz kuru geçiş etkisini zayıflatmıştır. *Kabundi ve Mlachila*, para politikasının kredibilitesini arttırmanın döviz kuru geçiş etkisini zayıflatan en önemli faktörlerden biri olduğunu ortaya koyan bu bulgunun, sadece Güney Afrika açısından değil Türkiye gibi diğer gelişmekte olan ülkelerin para politikası uygulamaları açısından da önemli olduğunu vurgulamaktadırlar.³²

5. SONUÇ

Çalışmalar göstermektedir ki, döviz kurunun enflasyon üzerine geçiş etkisinin zayıf oluşu, bağımsız bir para politikası uygulayabilme özgürlüğü sağlamakta ve giderek artan sayıda ülke tarafından benimsenen enflasyon hedeflemesi politikasının uygulanışını kolaylaştırmaktadır. Dış ticarete konu olan malların ulusal para birimi cinsinden fiyatları üzerine zayıf döviz kuru geçiş etkisinin varlığı, nominal döviz kurlarındaki dalgalanmaların harcama kararları üzerindeki etkisinin de zayıf olacağı anlamına geldiğinden, para politikasının reel şoklarla mücadelede daha etkin olmasını sağlamaktadır. Güçlü döviz kuru geçiş etkisinin varlığı durumunda ise, para politikasının etkinliği kırılğan ve rejime bağlı bir seyir izlemektedir.

Döviz kurunun ve enflasyon üzerine geçiş etkisinin para politikası üzerindeki etkilerinin yanı sıra, uygulanan para politikasının da döviz kuru geçiş etkisi sürecinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Çalışmalar göstermektedir ki, uygulanan para politikaları, özellikle enflasyon hedeflemesi stratejisi, 1990'ların başından itibaren oldukça istikrarlı ve başarılı hale gelmiş; elde edilen düşük ve istikrarlı enflasyon oranları, daha iyi bir ekonomik performansa ve beraberinde üretim miktarında görülen dalgalanmaların da azalmasına neden olmuştur. Diğer yandan, düşük ve tahmin edilebilir enflasyon oranları geleceğe ilişkin enflasyon beklentilerini de düşürdüğünden, finans piyasasında uzun vadeli yatırımlar yapılmaya ve daha uzun vadeli finansal varlık tutulmaya başlanmıştır. Hem reel hem de finansal sektörde elde edilen bu olumlu hava, döviz kuru geçiş etkisinin de zayıflamasına neden olmaktadır.

³² Alain Kabundi, Montfort Mlachila, "The role of monetary policy credibility in explaining the decline in exchange rate pass-through in South Africa", *Economic Modelling*, 79, 2019, s. 173, 183.

KAYNAKÇA

- Bailliu, Jeannine ve Eiji Fujii (2004). “Exchange Rate Pass-Through and the Inflation Environment in Industrialized Countries: An Empirical Investigation”, *Bank of Canada Working Paper*, No:2004-21.
- Bofinger, Peter (2001). *Monetary Policy: Goals, Institutions, Strategies, and Instruments*, Oxford, Oxford University Press.
- Bofinger, Peter ve Timo Wollmershäuser (2001). “Managed Floating: Understanding the New International Monetary Order”, *Centre for Economic Policy Research Discussion Paper*, No:3064.
- Campa, José Manuel ve Linda S. Goldberg (2002). “Exchange Rate Pass-Through into Import Prices: A Macro or Micro Phenomenon?”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:8934.
- Choudhri, Ehsan U. ve Dalia S. Hakura (2001). “Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices: Does the Inflationary Environment Matter”, *International Monetary Fund Working Paper*, No:01/194.
- Coughlin, Cletus C. ve Patricia S. Pollard (2000). “Exchange Rate Pass-Through in U.S. Manufacturing: Exchange Rate Index Choice and Asymmetry Issues”, *The Federal Reserve Bank of St. Louis Working Papers*, No:2000-022A.
- Eichengreen, Barry (2002). “Can Emerging Markets Float? Should They Inflation Target?”, *Berkeley University Working Paper*, No:36.
- Freedman, Charles (1996). “The Role of Monetary Conditions and the Monetary Conditions Index in the Conduct of Policy”, *The Transmission of Monetary Policy in Canada*, Ed. Bank of Canada, Ottawa, Kanada, s. 81-86.
- Gagnon, Joseph E. ve Jane Ihrig (2004). “Monetary Policy and Exchange Rate Pass-Through”, *International Journal of Finance and Economics*, C:9, No:4, s. 315-338.
- Hammermann, Felix (2003). “Comparing Monetary Policy Strategies: Towards a Generalized Reaction Function”, *Kiel Institute for World Economics Working Paper*, No:1170.
- Ho, Corinne ve Robert N. McCauley (2003). “Living with Flexible Exchange Rates: Issues and Recent Experience in Inflation Targeting Emerging Market Economies”, *Bank for International Settlements Working Papers*, No:130.
- Hunt, Benjamin ve Peter Isard (2003). “Some Implications for Monetary Policy of Uncertain Exchange Rate Pass-Through”, *International Monetary Fund Working Paper*, No:03/25.
- International Monetary Fund (2002). *World Economic Outlook, April 2002*, (Çevrimiçi) <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2002/01/pdf/chapter2.pdf>, 01 Mart 2010.
- Kabundi, Alain ve Montfort Mlachila (2019). “The role of monetary policy credibility in explaining the decline in exchange rate pass-through in South Africa”, *Economic Modelling*, 79, s. 173–185.
- López-Villavicencio, Antonia ve Valérie Mignon (2017). “Exchange Rate Pass-Through in Emerging Countries: Do the Inflation Environment, Monetary Policy

- Regime and Central Bank Behavior Matter?”, *Journal of International Money and Finance*, 79, s. 20-38.
- Mishkin, Frederic S. (1996). “The Channels for Monetary Transmission: Lessons for Monetary Policy”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:5464.
- Mishkin, Frederic S. (2001). “The Transmission Mechanism and the Role of Asset Prices in Monetary Policy”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:8617.
- Mishkin, Frederic S. (2008). “Exchange Rate Pass-Through and Monetary Policy”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:13889.
- Obstfeld, Maurice ve Kenneth Rogoff (1995). “The Mirage of Fixed Exchange Rates”, *Journal of Economic Perspectives*, C:9, No:4, s. 73-96.
- Öner, Selma (2010). *Döviz Kuru – Enflasyon Etkileşimi ve Para Politikası Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.
- Schwartz, Anna J. (2000). “The Rise and Fall of Foreign Exchange Market Intervention”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:7751.
- Stevens, Glenn R. (1998). “Pitfalls in the Use of Monetary Conditions Indexes”, *Reserve Bank of Australia Bulletin*, s. 34-43.
- Svensson, Lars E. O. (2000). “Open Economy Inflation Targeting”, *Journal of International Economics*, C:50, No:1, s. 155-183.
- Taylor, John B. (2000). *Recent Developments in the Use of Monetary Policy Rules*, (Çevrimiçi) <http://www.stanford.edu/~johntayl/Papers/bi2000.pdf>, 01 Mart 2010.
- Taylor, John B. (2001). “The Role of the Exchange Rate in Monetary Policy Rules”, *American Economic Review*, C:91, No:2, s. 263-267.

2. BÖLÜM

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE DİŐA AÇIKLIK VE ÇIKTI OYNAKLIĞI İLİŞKİSİ

Burcu YILMAZ ŞAHİN

Giresun Üniversitesi

GİRİŞ

Çıktıdaki oynaklık, ekonomik sonuçların önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilir. Çok sayıda çalışma oynaklığın, uzun vadeli büyüme (Ramey ve Ramey 1995), refah (Pallage ve Robe 2003, Barlevy 2004), eşitsizlik ve yoksulluk (Gavin ve Hausmann 1998, Laursen ve Mahajan 2005) üzerindeki etkilerini tanımlamaktadır. Oynaklığın temel belirleyicilerinin neler olduğu sorusu bu nedenle literatürde büyük ilgi görmüŐtür. Ticari açıklığın oynaklık üzerindeki etkisi de araştırılmıştır (Rodrik 1997, ILO 2004). Easterly v.d. (2001), çıktı oynaklığının doğal olarak bir ekonomiyi etkileyen Şokların sıklığı ve boyutu ve ekonominin Őokları ele alma biçimi ile ilgili olduğunu iddia etmektedir. Bu nedenle, ticarete açıklık daha fazla çıktı oynaklığı ile ilişkilendirilebilir. Bir ülke ticarete ne kadar maruz kalırsa, yurtdıŐından gelen Şoklara karşı o kadar savunmasız olur. Dünya ticareti son yıllarda katlanarak büyüdüğu için, ticaret ve oynaklık arasındaki ilişkiyi anlamak giderek daha önemli hale gelmiştir. Bir ülkenin diğer ülkelerdeki ekonomik koŐullara yüksek oranda bağımlı olması durumunda, dış Şoklara yüksek oranda maruz kalması ve sonuçta GSYİH büyüme oynaklığına yol açması beklenebilir. Bir yandan, sektöre özgü Şoklar yaygınlsa, açıklık uzmanlaŐmaya ve daha fazla oynaklığa yol açar. Ayrıca Tornell ve diğerleri (2003), ticari serbestleşmeyi tipik olarak finansal serbestleşmenin izlediğini göstermektedir. Ancak, gelişmekte olan

ülkeler söz konusu olduğunda, daha fazla finansal serbestleşme, daha fazla finansal kırılganlıkla ilişkilidir. Bu kanal aracılığıyla, daha fazla açıklığın (yani ticari liberalizasyonun) GSYİH büyümesinde daha fazla dalgalanma anlamına geldiği düşünülebilir. Öte yandan, ticari açıklık, bir bütün olarak dünya ekonomisinin tek tek ülkelere göre şoklara daha az eğilimli olması nedeniyle, ülkeye özgü şoklara karşı kendini korumanın bir yolunu da sağlayabilir (Krebs, Krishna ve Maloney, 2004).

Çıktı oynaklığının açıklık düzeyindeki değişikliklere tepki verme şekli, birkaç nedenden dolayı önemli bir sorudur. İlk olarak, tüketimin düzleşmesi bir sorunsa, çıktı (ve tüketim) oynaklığı refah açısından maliyetli olabilir. İkincisi, daha yüksek oynaklığın daha düşük büyümeye yol açma eğiliminde olduğu ileri sürülmektedir (Ramey ve Ramey, 1995). Üçüncüsü, oynaklığın yoksul ülkeler üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır (Easterly, Islam ve Stiglitz, 2000).

Ticari açıklığın genellikle, artan üretkenlik ve tüketicilere daha düşük maliyetle artan mal çeşitliliği dahil olmak üzere gerçek faydalar sağladığı düşünülür. Ayrıca üreticiler dünya pazarlarında satış yapabilecek ve böylece aynı ürünlerin sadece iç pazarda satılmasından daha fazla kazanabilecektir (Jensen, 2004). Bu anlamda, ticari açıklığın ekonomik büyümeyi sağladığı ileri sürülebilir.

Bununla birlikte, ticari açıklığın GSYİH büyüme oynaklığına da yol açtığı düşünülmektedir, bu bir dezavantaj olarak kabul edilir.

Di Giovanni ve Levchenko (2009), ticari açıklığın oynaklığı etkilediği kanalları araştırırken, farklı ekonomik sektörler arasında ayırım yapmış ve ticari açıklığın, ülkeleri uzmanlaşma derecesini artırmaya yönlendireceğini ve bir sepette çok fazla yumurta olması nedeniyle daha yüksek bir risk anlamına geldiğini ileri sürmüşlerdir.

Çalışmada dışa açıklık ve çıktı oynaklığı değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla Türkiye ekonomisi için 1980-2020 dönemi dışa açıklık ve çıktı oynaklığı değişkenleri kullanılmıştır. Analizde öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadığı belirlenmiş ve seviyesinde durağan tespit edilen değişkenler arasındaki ilişki Vektör otoregresyon (VAR) modeli ile araştırılmıştır. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise Granger nedensellik analizi ile belirlenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Ticari açıklık genellikle GSYİH büyümesi için iyi olarak kabul edilir, ancak aynı zamanda ekonomi için kötü olduğu düşünülen oynaklık yaratır. Literatürde, açıklığın bu iki zıt etkisine atıfta bulunan çeşitli makaleler bulunur. Easterly ve Kraay (2000), genellikle ticarete oldukça açık olan küçük ekonomileri tartışırken, açıklığın olumlu ve olumsuz etkilerinin küçük devletler söz konusu olduğunda birbirini dengeleyebileceğini ileri sürmüşlerdir.

Bazı yazarlar, ihracat yoğunlaşmasının ticaret açıklığının oynaklık üzerindeki etkisini şiddetlendirdiğini ileri sürmektedir. Bu görüş Hadded v.d. (2010), hem ürünler hem de pazarlar arasında ihracat çeşitlendirmesinin (yoğunlaşmanın tersi) büyüme oynaklığını azalttığını savunmaktadır. Yazarlar, ilk olarak, ihracat çeşitlendirme göstergeleri olarak kabul edilen değişkenlerden biri ile, ticari açıklığın büyüme oynaklığını etkilediği mekanizmaları incelemişler ve ihracat çeşitlendirmesinin, ticari açıklığın büyüme oynaklığı üzerindeki etkisini azalttığına dair kanıtlar bulmuşlardır.

Çeşitli yazarlar, ticari açıklığın GSYİH büyüme oynaklığına yol açtığını kabul etmekle birlikte, yönetim, kurumsal çerçeveler ve yerel ekonomi politikası dahil olmak üzere oynaklığı azaltmada veya şiddetlendirmede yerel faktörlerin önemini de kabul etmektedir. Easterly v.d. (2001), çıktı oynaklığının dış şoklardan etkilenirken, ekonominin bu tür şoklara tepki verme şeklinden de etkilendiğini iddia etmektedir.

Acemoğlu v.d. (2003), Fatás ve Mihov (2013), Gavin ve Hausmann (1996), ve Malik ve Temple (2009), siyasi kurumların zayıf olması durumunda, açıklığın daha yüksek bir yanlış yönetim riskine yol açması olasılığı da dahil olmak üzere, yurt içi kurumsal kalitenin oynaklık üzerindeki etkisine atıfta bulunur, Ahmed 2003'e göre bu durum dış şokların olumsuz etkilerini yoğunlaştırabilir.

Bazı çalışmalarda, ticari açıklığın neden olduğu oynaklığın kapsamının gelişme aşamasına bağlı olduğu ileri sürülmektedir. Abubaker (2015), ticari açıklığın çıktı oynaklığını artırdığını, ancak daha yüksek gelişmişlik düzeyine sahip ülkelerin bu konuda daha az etkilendiğini ileri sürülmektedir. Aynı şekilde Jensen (2004) kişi başına düşen GSYİH'nın gelir oynaklığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedir.

Bazı çalışmalar, ticari açıklığı sektörel olarak ele almış ve bazı sektörlerdeki dışa açıklığın oynaklığı artırdığını ileri sürmüştür. Jackman (2014), gelişmekte olan 34 küçük ada devletinden oluşan bir örnekte turizm sektörü ile çıktı oynaklığı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sonuç olarak

turizm ile çıktı oynaklığı arasında pozitif bir ilişki olduğu ve turizmin ekonomik oynaklık üzerindeki etkisinin büyük ölçüde turizmdeki oynaklık düzeyine bağlı olduğunu ileri sürmüştür.

Dabla-Norris ve Srivasal (2013) finansal derinliğin makroekonomik oynaklık üzerindeki etkisini incelemişler ve finansal derinliğin çıktı oynaklığının azalmasına yol açabileceğini, ancak bunun yalnızca bir noktaya kadar olduğu, çok yüksek seviyelerde finansal derinliğin oynaklığı artırdığını sonucuna ulaşmışlardır.

Jensen (2004), ihracatın yüksek fiyat oynaklığı ile karakterize edilen petrol de dahil olmak üzere emtialarda yoğunlaşması durumunda oynaklık üzerindeki etkisinin arttığını savunmaktadır. Benzer bir görüş, birçok gelişmekte olan ülkenin bir özelliği olan, ihracatın ağırlıklı olarak veya yüksek derecede emtiadan oluştuğunda oynaklığın özellikle yoğun olduğunu savunan Koren ve Tenreyro'da (2007) da ifade edilmektedir.

Cavallo (2007), ticaretin muhtemel içselliğini uygun bir şekilde hesaba kattıktan sonra, ticari açıklığın çıktı oynaklığı üzerindeki net etkisinin dengelendiğini öne sürmektedir. Aynı şekilde Bowdler ve Malik (2005), ticari açıklığın tüketimi ve üretimi, ticaret hadlerinin nispeten istikrarlı olduğu mallara kaydırarak oynaklığı azaltabileceğini iddia etmektedirler.

Bejan (2005), hükümet büyüklüğü ve ihracat yoğunlaşma endeksi gibi bazı dış risk ölçüleri kontrol edildiğinde, açıklığın çıktı oynaklığı üzerindeki etkisinin negatif olduğunu öne sürmektedir.

Çoğu çalışma, ticari açıklığın bir dezavantaj olan GSYİH büyüme oynaklığını oluşturduğu sonucuna varmasına rağmen, açıklığın genellikle GSYİH büyümesi ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur.

Açıklığı büyüme ile ilişkilendiren araştırmalar, genellikle, uluslararası ticaretin rekabet edebilirliği teşvik etmesi, artan üretkenlik ve yeniliğe yol açması, kaynak tahsisini iyileştirmesi ve tüketiciler için fiyatları düşürmesi olasılığına dayandırır.

Bazı araştırmalar, ticari açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisinin, özellikle elverişli bir kurumsal çerçeve ile mümkün olduğunu göstermektedir (Dollar ve Kraay, 2003).

Birçok çalışma, ticari açıklığın etkilerini değerlendirmede kurumların kalitesinin önemli bir husus olduğunu göstermektedir. Örneğin Calderon ve Fuentes (2006), güçlü kurumlara sahip ülkelerin ticari açıklıktan en büyük faydayı elde ettiğini iddia etmektedir.

Literatürdeki çalışmalar, genel olarak, açıklığın büyüme için iyi olsa da oynaklık yaratarak olumsuz etkileri olduğunu ileri sürmektedir. Bu, oynaklığın neden istenmediği sorusunu akla getirmektedir.

Bunun için, dalgalanmaların belirsizliğin (ekonomik, politik ve politikayla ilgili) olumsuz etkisi yoluyla bir refah kaybı yaratabileceği de (Loayza ve diğerleri, 2007) dahil birden çok neden vardır. Ek olarak, oynaklık maliye ve para politikalarının etkisiyle daha yüksek bir politika başarısızlığı ve zayıf ekonomik yönetiö riskine yol açar (Fatás & Mihov, 2005; Gavin & Hausmann, 1996 ve Rodrik, 1999).

Bazı yazarlar, oynaklığın özellikle yoksul ülkelerde daha düşük büyümeye yol açma eğiliminde olduğunu iddia etmektedir (Ramey ve Ramey, 1995). Örneğin Hnatkowska ve Loayza (2005), 79 ülke örneğine dayalı çalışmalarında, makroekonomik oynaklıkta bir standart sapma artışının, kişi başına düşen GSYİH büyümesinde 1960-2000 döneminde ortalama yüzde 1.3 puan, 1990-2000 döneminde 2.2 puanlık bir kayba yol açtığını ileri sürmüştür. Oynaklık, gerçekten de ekonomik ve sosyal kalkınmadaki kilit faktörlere engel teşkil edebilir.

García-Herrero ve Vilarrubia (2006), Ramey ve Ramey (1995) tarafından yapılan, kişi başına GSYİH büyümesi oynaklığının büyümeyi azalttığı yönündeki çalışmayı izleyen genel fikir birliğine dayanarak, orta derecede bir oynaklığın büyümeyi artırıcı olabileceğini fakat çok yüksek oynaklığın zararlı olduğunu ampirik olarak göstermiştir. Bu sonuçlar, oynaklık ile büyüme arasında bir Laffer Eğrisinin varlığına işaret etmektedir.

Meschi ve Vivarelli (2007), yüksek gelirli ülkelerin ticaretinin hem ithalat hem de ihracat yoluyla bu ülkelerdeki gelir dağılımını kötüleştirdiği için istikrarsızlaştığını bulmuşlardır.

Bu, ticaret ortakları arasındaki teknolojik farklılıkların, ekonomik açıklıktan kaynaklanan oynaklığın etkilerini açıklamada önemli faktörler olduğunu ileri sürmektedir.

VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada Türkiye ekonomisi için 1980-2020 dışa açıklık ve çıktı oynaklığı değişkenleri kullanılmıştır. Veriler Merkez Bankası elektronik veri sisteminden alınmıştır. Dışa açıklık değişkeni ihracat ve ithalat toplamının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya (GSYİH) oranı olarak hesaplanmıştır. Çalışmada kriz dönemleri için modele kukla değişken eklenmiştir. Oynaklık değişkeni kişi başına düşen GSYİH değişkeninden elde edilmiştir. Oynaklığın yaygın

tanımları genellikle dengesizlik kavramına atıfta bulunur. Ekonomik oynaklığın ölçülmesi, bir ekonomik değişkenin değerleri ile denge değeri arasındaki sapmanın değerlendirilmesini içerir. Bu denge değeri veya referans değeri, kalıcı bir durum veya eğilimin varlığına işaret eder. İstatistiksel terimlerle, ekonomik oynaklık geleneksel olarak bir değişkenin ortalaması veya eğilimi etrafındaki dağılımının ikinci (standart sapma) veya bazen daha yüksek bir momenti (Rancière ve diğerleri, 2008) ile ölçülür. Bu daha sonra denge değerini temsil eder. Makroekonomik serilerin (GSYİH, ihracat gelirleri, nihai tüketim) durağan olmaması sık görülen bir durumdur, yani bunlar zamanla değişen bir trend etrafında dalgalanır. Daha sonra, bir serinin değişiminin kalıcı (veya trend) bileşenini geçici (veya kalıntı) bileşeninden ayırmak için durağanlaştırma tekniklerini kullanmak gerekli hale gelir. Bu teknikler kullanılarak elde edilen oynaklık göstergelerinin, bir referans değer (ortalama, deterministik eğilim veya zaman içindeki değişken) etrafındaki bir ekonomik serinin dönemsel varyasyonlarının etkilerini yansıtması amaçlanır. Dolayısıyla oynaklığın hesaplanması iki temel soruya dayanır: bir referans değeri hesaplama – veya bir durağanlaştırma yöntemi seçimi – ve bahsedilen referans değeri etrafındaki dalgalanmaları ölçme. İki ana oynaklık göstergesi arasında bir ayrım yapılabilir: bir ekonomik serinin değişkenliğini ölçenler, yani istatistiksel bir serinin tüm geçici varyasyonlarını hesaba katanlar ve ekonomik belirsizliği veya toplam değişkenlikteki değişimlerin tahmin edilemezliğini ölçenler (Wolf, 2005). Ekonomik oynaklığın olağan göstergeleri, seçilen referans değerini hesaplamak için kullanılan yöntemle ayırt edilebilir. Böylece, birinci fark serisi varyansına dayalı göstergeler, bir ekonomik seri modelinin kalıntısının varyansına dayalı göstergeler ve istatistiksel filtreler uygulanarak tanımlanan döngüsel varyansa dayalı göstergeler arasında bir ayrım yapmak mümkündür.

Araştırmaların çoğu, bir değişkenin büyüme oranının standart sapması temelinde oynaklığın ölçülmesini önermektedir (Ramey ve Ramey (1995), Servén (1997), Acemoğlu v.d. (2003), Di Giovanni ve Levchenko (2010), Van der Ploeg ve Poelhekke (2009), Raddatz (2007)). Bu, söz konusu değişkenin birinci farkta durağan olduğunu varsayar. Başka bir deyişle, bu yaklaşım, herhangi bir ön test olmaksızın bir serinin davranışına ilişkin kısıtlayıcı hipotezler ileri sürer.

Diğer oynaklık ölçüsü, ekonometrik regresyonların kalıntı veya açıklayıcı gücüne dayanmaktadır. Pritchett (2000) üç oynaklık ölçüsü önerir. Birincisi, doğrusal bir zamansal eğilim üzerinde bir büyüme oranı gerilemesinin belirlenme katsayısına dayanmaktadır. Belirleme katsayısı ne kadar düşükse, zamansal eğilimin açıklama gücü o kadar sınırlıdır ve oynaklık düzeyi o kadar

fazladır. İkinci ölçü, basit bir lineer trend üzerinde bir regresyonun artıklarının karelerinin toplamının minimize edilmesiyle tanımlanan bir kırılma yılından önceki ve sonraki büyüme oranlarındaki farka dayanmaktadır. Üçüncü ölçü, karma bir deterministik ve stokastik eğilim üzerinde bir GSYİH regresyonunun kalıntısının standart sapmasını hesaplamaya dayalı bir ekonomik oynaklık ölçüsü önermektedir.

Son olarak, birkaç çalışma bir istatistiksel serinin filtrelenmiş değerini referans değeri olarak kullanmıştır. Bu teknik, bir seriyi trend varyasyonları (uzun vadeli) ve döngüsel varyasyonlar (kısa vadeli) olarak ayırtmak için kullanılabilir. Bu tür oynaklık göstergesi bu nedenle döngüsel veya döngüsel dalgalanmalara dayanır. Filtreleme tekniği, bir serinin davranışını (entegrasyon sırası, fark-durağanlık veya trend-durağanlık) önceden formüle etmediği ve serileri geçmiş ve gelecekteki davranışları temelinde filtrelediği için önceki iki yöntemden farklıdır. Yukarıda açıklananlara kıyasla filtreleme yönteminin avantajı, serinin davranışına önceden herhangi bir özel biçim dayatmamasıdır. Ayrıca, istatistiksel bir filtreleme yöntemi, zaman içinde trendde değişiklik yapılmasını sağlar, bu da zaman serisi tabanlı yaklaşıma göre kesin bir avantajdır. Filtreleme yönteminde en çok kullanılanlar Baxter ve King (1999) tarafından ortaya atılan bant-geçiş (BP) filtresi ve Hodrick-Prescott (HP) filtresidir (1997).

Baxter ve King (1999) tarafından ortaya atılan bant-geçiş (BP) filtresi, literatürde ekonomik dalgalanmalar konusunda da kullanılmaktadır. (Hnatkovska ve Loayza, 2005). BP filtresi, serinin özelliklerini daha doğru bir şekilde korumasına rağmen, örneklemin sonunda gözlemlerin kaybına neden olmaktadır (Baxter ve King, 1999).

Hodrick ve Prescott, bir dizideki değişimi durağan olmayan bir trend bileşeni (Y_t^p) ve durağan bir döngüsel bileşen (Y_t^c) olarak ayırır:

$$y_t = y_t^p + y_t^c, \quad T = 1, 2, 3, \dots, t \quad (1)$$

HP filtresi, 2 numaralı denklemi Y_t^p ye göre optimize ederek döngüsel bileşeni ayırtmaktan oluşur:

$$\min_{\{Y_t^p\}_{t=1}^T} \left[\sum_{t=1}^T (Y_t - Y_t^p)^2 + \lambda \sum_{t=2}^{T-1} (\Delta^2 Y_t^p)^2 \right] \quad (2)$$

Burada ilk terim devresel bileşenin varyansını gösterir. İkinci terim ise, büyüme bileşenindeki değişimleri düzeltir. Düzeltme (smoothing) parametresi

olan λ 'nın değeri sonsuza yaklaştıkça, trend bileşeni doğrusal zaman trendine yaklaşır (Guay ve St-Amant, 1997). Bu nedenle, düzeltme parametresinin değerinin ne olacağı önem kazanmaktadır. HP filtresi hesaplanırken “ λ ” değerinin ne olacağı ile ilgili kesin bir kural söz konusu değildir. Buna karşılık, Hodrick ve Prescott (1981) en uygun “ λ ” değerleri olarak yıllık veriler için $\lambda=100$, üç aylık veriler kullanılıyorsa $\lambda=1600$ ve aylık seriler içinde $\lambda=14400$ 'ü önermişlerdir. Bu çalışmada oynaklık serisinin belirlenmesinde Hodrick-Prescott (HP) filtresi kullanılmıştır.

BİRİM KÖK TESTİ

Regresyon analizinde zaman serisinin durağanlığı muhtemel bir sahte regresyon ilişkisinden kaçınmak için önemlidir. Çalışmada birim kök sınaması, Dickey ve Fuller (1979; 1981) tarafından geliştirilen genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi kullanılarak yapılmıştır.

ADF testi için aşağıdaki (1) ve (2) numaralı denklemler tahmin edilmektedir.

$$\Delta x_t = \beta_0 + \beta_1 x_{t-1} + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta x_t = \beta_0 + \beta_1 x_{t-1} + \beta_2 trend + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Yukarıdaki (1) ve (2) numaralı regresyon denklemlerinde, x_t ele alınan seriyi, k denkleme ilave edilen bağımlı değişken gecikmelerini, β ile λ parametreleri, trend, doğrusal zaman trendini, Δ , fark operatörünü ve ε , hata terimini temsil etmektedir.

VAR ANALİZİ

Vektör otoregresyon (VAR) modeli (Sims, 1980) çok değişkenli zaman serilerinin analizi için en başarılı, esnek ve kullanımı kolay modellerden biridir. Tek değişkenli otoregresif modelin dinamik çok değişkenli zaman serilerine doğal bir uzantısıdır. VAR modelinin özellikle ekonomik ve finansal zaman serilerinin dinamik davranışını tanımlamak ve tahmin yapmak için yararlı olduğu kanıtlanmıştır. Genellikle tek değişkenli zaman serisi modellerinden ve

ayrıntılı teorik tabanlı eşzamanlı denklem modellerine göre daha üstün tahminler sağlar. VAR modellerinde tahminler oldukça esnekler. Veri tanımlama ve tahmine ek olarak, VAR modeli yapısal çıkarım ve politika analizi için de kullanılır. Yapısal analizde, incelenen verilerin nedensel yapısı hakkında belirli varsayımlar uygulanır ve modeldeki değişkenler üzerinde belirli değişkenlere yönelik beklenmeyen şokların veya yeniliklerin ortaya çıkardığı nedensel etkileri özetlenir. Bu nedensel etkiler genellikle etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırmaları ile özetlenir (Zivot, E.,ve Wang, J. (2006), 384)

$Y_t = (y_{1t}, y_{2t}, \dots, y_{nt})'$ zaman serisi değişkenlerinin bir $(n \times 1)$ vektörünü gösterdiği kabul edilirse, Temel p-gecikmeli vektör otoregresif (VAR(p)) modeli şu şekildedir:

$$Y_t = c + \Pi_1 Y_{t-1} + \Pi_2 Y_{t-2} + \dots + \Pi_p Y_{t-p} + \varepsilon_t, \quad t = 1, \dots, T$$

Burada Π_i $(n \times n)$ katsayı matrisleridir ve ε_t , zamanla değişmeyen kovaryans matrisi Σ ile gözlemlenemeyen sıfır ortalamalı rassal hata terimleridir (seri olarak ilişkisiz veya bağımsız).

İki değişkenli bir VAR model denklemi:

$$\begin{pmatrix} y_{1t} \\ y_{2t} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} c_1 \\ c_2 \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \pi_{11}^1 & \pi_{12}^1 \\ \pi_{21}^1 & \pi_{22}^1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} y_{1t-1} \\ y_{2t-1} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \pi_{11}^2 & \pi_{12}^2 \\ \pi_{21}^2 & \pi_{22}^2 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} y_{1t-2} \\ y_{2t-2} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \end{pmatrix}$$

veya

$$y_{1t} = c_1 + \pi_{11}^1 y_{1t-1} + \pi_{12}^1 y_{2t-1} + \pi_{11}^2 y_{1t-2} + \pi_{12}^2 y_{2t-2} + \varepsilon_{1t}$$

$$y_{2t} = c_2 + \pi_{21}^1 y_{1t-1} + \pi_{22}^1 y_{2t-1} + \pi_{21}^2 y_{1t-2} + \pi_{22}^2 y_{2t-2} + \varepsilon_{2t}$$

şekindedir (Zivot, E.,ve Wang, J. (2006), 386). ε_{1t} ve ε_{2t} hata terimleridir. Y değişkeninin gecikmeli değerleri X değişkenini ve X değişkeninin gecikmeli değerleri Y değişkenini etkilemektedir.

Granger Nedensellik Testi

Çalışmada nedensellik ilişkisini araştırmak amacıyla Granger (1969) tarafından oluşturulan Granger nedensellik analizi kullanılmıştır. Analizde kovaryans durağan değişken arasındaki ilişkinin (3) ve (4) numaralı denklemler tarafından temsil edildiğini varsaymaktadır.

$$\Delta y_t = \beta + \sum_{i=1}^l \delta_i \Delta y_{t-i} + \sum_{i=1}^r \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (3)$$

$$\Delta x_t = \beta + \sum_{i=1}^k \psi_i \Delta x_{t-i} + \sum_{i=1}^s \phi_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (4)$$

(3) ve (4) numaralı denklemlerde; y ve x nedensel ilişkinin araştırıldığı değişkenleri β , δ , λ , ψ ve ϕ sabit ve katsayıları, l, r, k ve s ilgili değişkene ait gecikme uzunluklarını ve ε_1 ile ε_2 ; hata terimlerini temsil etmektedir. Yukarıdaki modellerde nedensel ilişkiler belirlenmesi için (3) numaralı modelde $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve (4) numaralı modelde $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ hipotezlerinin test edilmesi gerekir. Bu hipotezleri test etmek içinse F testi veya Wald (χ^2) testi kullanılmaktadır (Gujarati, 2001, s.621-622).

BULGULAR

Tablo 1: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	ADF Birim Kök Testi Sonuçları	
	Trendsiz ADF	Trendli ADF
	t istatistikleri	t istatistikleri
V	-4.627* (1)	-5.451*(1)
OP	-1.226 (2)	-4.674* (1)
Δ V	-5.807*(3)	-5.729*(3)
Δ OP	-5.981* (1)	-5.897*(1)

Not: Tabloda parantez içindeki değerler ADF birim kök testinde Akaike bilgi kriterine göre tespit edilen bağımlı değişken gecikmelerini, * %1 anlamlılık seviyesinde serinin durağan olduğunu ifade etmektedir.

ADF birim kök testi sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur. Tablodan 0.01 önem düzeyine göre her iki değişkenin de seviyelerinde birim kök taşımadığı görülmektedir.

Tablo 2: VAR Modeli Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme Uzunluğu	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
1	61.00807	62949.94	16.72401	17.07590*	16.84683
2	9.040159	58420.02*	16.64489*	17.17273	16.82912*
3	5.955785	59500.09	16.65441	17.35819	16.90005
4	0.219182	74788.72	16.86820	17.74793	17.17525
5	9.969369*	63084.90	16.67503	17.73071	17.04349

Tablo 2'ye göre FPE, AIC ve HQ değerlerine göre bu kriterleri minimum yapan gecikme uzunluğu 2, SIC değerine göre 1, LR değerine göre ise 5 dir. Çalışmada gecikme uzunluğu 2 alınmıştır.

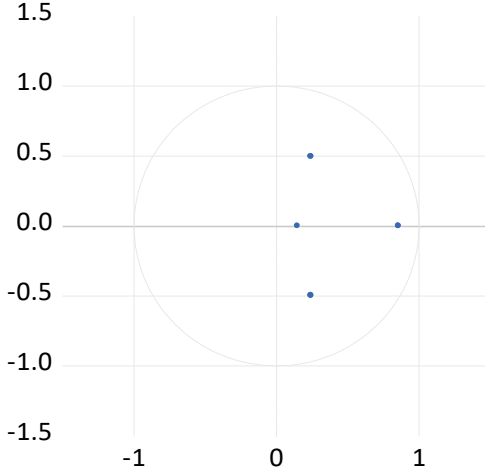
Tablo 3: VAR Modeli Sonuçları

	KV1	OP
V(-1)	0.515859	-0.013132
	(0.11274)	(0.01128)
	[4.57582]	[-1.16376]
V(-2)	-0.271285	0.005681
	(0.11459)	(0.01147)
	[-2.36751]	[0.49527]
OP(-1)	4.280504	0.969825
	(1.69947)	(0.17011)
	[2.51873]	[5.70111]
OP(-2)	-2.590648	-0.086798
	(1.71478)	(0.17164)
	[-1.51077]	[-0.50569]
C	-26.62700	6.308690
	(31.7911)	(3.18220)
	[-0.83756]	[1.98250]
D1	146.5989	3.445957
	(27.2373)	(2.72637)
	[5.38230]	[1.26394]

Tablo 3’de sunulan VAR Modeli sonuçlarına göre dışa açıklık değişkeninin oynaklık değişkenine etkisi birinci gecikmesinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıyken, ikinci gecikmesinde negatif ve istatistiksel olarak anlamsızdır.

Grafik 1: VAR Modeli Durağanlık Grafığı

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



AR Karakteristik polinomunun ters köklerin birim çember içerisinde dağılmaktadır. Bu VAR modelinin istikrarlı olduğunu göstermektedir. Modelin kalıntılarında bir serisel korelasyon olup olmadığı Otokorelasyon LM testi ile test edilmiştir. İki gecikmede kalıntılar arasında herhangi bir serisel korelasyona rastlanmamıştır.

Tablo 4: Otokorelasyon LM Testi Sonuçları

Gecikme	LM istatistiği	Olasılık
1	2.938	0.5684
2	3.625	0.4593

Değişen varyans ve normallik testi sonuçları Tablo 5 ve Tablo 6'da sunulmuştur. Sonuçlara göre modelde değişen varyans sorunu bulunmamaktadır ve kalıntılar normal dağılıma sahiptir.

Tablo 5: Değişen Varyans Testi Sonuçları

Ki-Kare	df	Olasılık
18.433	27	0.889

Tablo 6: Jarque-Bera Normallik testi

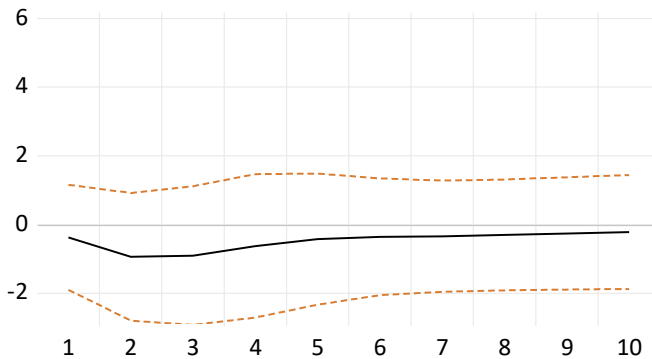
Jarque-Bera	df	Olasılık
1.015	2	0.602

Granger nedensellik testi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 7’de özetlenmiştir. Gecikme uzunluğunun tespiti için Vektör Otoregresyon (VAR) Analizinin kullanıldığı nedensellik analizinde maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak alınmıştır. Tablodan da görüldüğü üzere, 0.05 önem düzeyinde dışa açıklıktan çıktı oynaklığına doğru nedensel bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 7: Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	χ^2 Testi	Karar
$\Delta op \rightarrow \Delta v$	8.989**	EVET
$\Delta v \rightarrow \Delta op$	1.356	HAYIR

Not: ** simgesi ilgili istatistiğin %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu, \rightarrow nedensel ilişkinin yönünün ve F testi açıklayıcı değişken gecikme veya gecikmelerinin bir bütün olarak sıfır olduğunu ifade eden boş hipotez için elde edilen ki-kare test istatistiğini göstermektedir.

Şekil 1: Dışa Açıklık değişkenine verilen bir şokun oynaklık üzerindeki etkileri

Dışa açıklıkta meydana gelen bir standart hatalık şokun çıktı oynaklığı üzerindeki etkisi üçüncü döneme kadar negatif iken dördüncü dönemden itibaren pozitif yönde gerçekleşmekte ve zaman içerisinde de giderek azalmaya başlamaktadır.

Tablo 6: Oynaklık değişkenine ait varyans ayrıştırması analizi sonuçları

Dönem	Oynaklık	Dışa Açıklık
1	100.0000	0.000000
	(0.00000)	(0.00000)
2	98.42492	1.575076
	(1.89713)	(1.89713)
3	96.04415	3.955846
	(4.08537)	(4.08537)
4	93.81186	6.188136
	(5.80905)	(5.80905)
5	92.03653	7.963471
	(7.03726)	(7.03726)
6	90.70669	9.293306
	(7.90578)	(7.90578)
7	89.73064	10.26936
	(8.53752)	(8.53752)
8	89.01818	10.98182
	(9.01529)	(9.01529)
9	88.49820	11.50180
	(9.39065)	(9.39065)
10	88.11810	11.88190
	(9.69555)	(9.69555)

Nedensellik analizlerine göre yapılan varyans ayrıştırması sonuçlarına göre çıktı oynaklığındaki değişimin açıklanmasında dışa açıklığın payı 2. dönemden itibaren artmaya başlamakta ve 10. dönem itibariyle değişimin yüzde 11.9'luk bölümü dışa açıklık tarafından açıklanmaktadır.

SONUÇ

Çıktı oynaklığı, ekonomik büyüme, refah ve gelir dağılımı üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle ekonomilere zarar vermektedir. Çoğu ülkede çıktı oynaklığına neden olan faktörlerin belirlenmesi istikrarsızlığın yüksek olmaya devam ettiği ülkelerde ve bölgelerde oynaklığı azaltacak ekonomik politikaların belirlenmesi için önemlidir. Gerçekten de, uzun dönemde oynaklık, tüketim, yatırım ve faktör verimliliği düzeylerinde bir azalmaya, ekonomi politikasının oynaklığında ve öngörülemezliğinde bir artışa ve kurumsal çevrede bozulmaya neden olur. Performans üzerindeki etkiler, genellikle daha önemli dış şoklara maruz kalan gelişmekte olan ülkelerde daha da belirgindir.

Çalışmada dışa açıklık ve çıktı oynaklığı değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla Türkiye ekonomisi için 1980-2020 dönemi dışa açıklık ve çıktı oynaklığı değişkenleri kullanılmıştır. Çalışmada VAR yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, dışa açıklık değişkeninin oynaklık değişkenine etkisi birinci gecikmesinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıyken, ikinci gecikmesinde negatif ve istatistiksel olarak anlamsızdır. Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre ise dışa açıklıktan çıktı oynaklığına doğru nedensel bir ilişki tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Abubaker, R. (2015). "The asymmetric impact of trade openness on output volatility", *Empirical Economics* Volume 49 (3): 881–887.
- Acemoglu, D., S. Johnson, J. Robinson, ve Y. Thaicharoen (2003). "Institutional Causes, Macroeconomic Symptoms: Volatility, Crises and Growth", *Journal of Monetary Economics*, 5(1): 49-123
- Ahmed, Shaghil (2003). "Sources of Economic Fluctuations in Latin America and Implications for Choice of Exchange Rate Regimes". *Journal of Development Economics* 72(1) (October): 181–202 .
- Barlevy, Gadi, 2004, "The Costs of Business Cycles Under Endogenous Growth," *American Economic Review*, Vol. 94, No. 4 (September), pp. 964–90.
- Baxter, M., ve R.G. King (1999) "Measuring Business cycles. Approximate Band-Pass filters for Economic Time-Series.", *Review of Economics and Statistics*, Vol.81, No.4, pp.575-593.
- Bejan Maria (2006). "Trade Openness and Output Volatility" Maria Bejan ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México) .
- Bowdler, C., ve Malik, A. (2017). "Openness and inflation volatility: Panel data evidence." *The North American Journal of Economics and Finance*, 41, 57-69.

- Calderón, C., & Fuentes, R. (2006). “Complementarities between institutions and openness in economic development: Evidence for a panel of countries”. *Cuadernos de economía*, 43(127), 49-80.
- Cavallo (2007). “Output Volatility and Openness to Trade: A Reassessment” Eduardo A. Cavallo Inter-American Development Bank August 2007.
- Dabla-Norris, M. E., & Srivisal, M. N. (2013). Revisiting the link between finance and macroeconomic volatility. International Monetary Fund.
- Di Giovanni, J., and A.A. Levchenko (2010) “The Risk Content of Exports: a Portfolio view of International trade”, Working Paper Series No. 16005, NBER.
- di Giovanni, Julian and Andrei A. Levchenko, 2007, “The Risk Content of Exports: a Portfolio View of International Trade.” Mimeo, IMF.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). “Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root”. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.
- Dollar, D., ve Kraay, A. (2003). “Institutions, trade, and growth”. *Journal of Monetary Economics*, Vol.50(1): 133-162.
- Easterly, W. and Kraay, A. (2000). “Small States, Small Problems? Income, Growth, and Volatility in Small States”. *World Development* Vol. 28 (11): 2013-2027.
- Easterly, William, Roumeen Islam, and Joseph E. Stiglitz, “Shaken and Stirred: Explaining Growth Volatility,” 2001, in B. Pleskovic ve N. Stern, eds., *Annual World Bank Conference on Development Economics*.
- Easterly, William, Roumeen Islam, ve Joseph E. Stiglitz, “Explaining Growth Volatility”, *World Bank Working Paper* (2000)
- Fatas, A. ve Mihov, I. (2013). “Policy Volatility, Institutions and Economic Growth”. *Review of Economics and Statistics* Vol. 45(2): 362-376
- García-Herrero, A. ve Vilarrubia, J. (2006). “The Laffer curve of macroeconomic volatility and growth: can it be explained by the different nature of crises?” Paper prepared by A. García-Herrero and J. Vilarrubia presented at the XI Meeting of the Network of America Central Bank Researchers hosted by Banco Central de la República Argentina, in Buenos Aires, November 22-24, 2006.
- Gavin, M. ve Hausmann, R. (1996). “Macroeconomic Volatility and Economic Development in The Political Dimension of Economic Growth,” Part of the series *International Economic Association Series*: 97-11.
- Gavin, Michael ve Ricardo Hausmann, “Growth with Equity: The Volatility Connection,” 1998, in Nancy Birdsall, Carol Graham, and Richard H. Sabot, eds., *Beyond tradeoffs: Market Reforms and Equitable Growth in Latin America*, (Washington, DC: Inter-American Development Bank and the Brookings Institution), pp. 91–109.
- Granger, C.W.J. (1969). “Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross Spectral Methods,” *Econometrica*, 37, 424- 438.
- Haddad, M., Lim, J.J. ve Saborawski, C. (2010) . “Trade Openness Reduces Growth Volatility When Countries are Well Diversified” *World Bank Policy Research Working Paper* No. 5222 .

- Hnatkovska, V. ve Loayza, N. (2005). "Volatility and growth". In *Managing economic volatility and crises*, Aizenmann, J. and Pinto, B.(eds). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodrick, R., ve E. Prescott (1997) "Postwar US Business Cycles: An Empirical Investigation." *Journal of Money, Credit and Banking*, Blackwell Publishing, Vol. 29, No.1, pp. 1-16.
- ILO, 2004, "A Fair Globalization: Creating Opportunities for All." World Commission on the Social Dimension of Globalization Report , Geneva, Switzerland.
- Jackman, M. (2014). "Output volatility and tourism specialization in small island developing states". *Tourism Economics*, 20(3), 527-544.
- Jansen, M. (2004). "Income volatility in small and developing economies: export concentration matters" (No. 3). WTO Discussion Paper..
- Koren, M. ve Tenreyro S. "Volatility and Development". *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 122 (1): 243-287.
- Krebs, Tom, Pravin Krishna, ve William Mahoney, 2005, "Trade Policy, Income Risk, and Welfare," (November). Mimeo, Syracuse University, John Hopkins University, and the World Bank.
- Laursen, Thomas ve Sandeep Mahajan, "Volatility, Income Distribution, and Poverty," 2005, in Joshua Aizenman and Brian Pinto, eds., *Managing Economic Volatility and Crises: A Practitioner's Guide*, Cambridge University Press New York pp. 101–36.
- Malik, A. ve Temple, J. (2009). "The geography of output volatility" *Journal of Development Economics*, 2009, vol. 90, issue 2, pages 163-178.
- Meschi, E. ve Vivarelli, M. (2007) "Trade openness and income inequality in developing countries". Working Paper. Coventry: University of Warwick. Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation. Working papers (University of Warwick. Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation) (No.232).
- Pallage, St'éphane ve Michel A. Robe, 2003, "On The Welfare Cost of Economic Fluctuations in Developing Countries," *International Economic Review*, Vol. 44, No. 2 (May), pp. 677–98.
- Pritchett, L. (2000) "Understanding Patterns of Economic Growth: Searching for Hills among Plateaus, Mountains, and Plains" *The World Bank Economic Review*, Vol.14, No.2,pp. 221-250.
- Raddatz, C. (2007) "Are external shocks responsible for the volatility of output in low-income countries?" *Journal of Development Economics*, Vol.84, No.1, pp.155-187.
- Ramey, G., ve Ramey, V. A. (1995). "Cross-country evidence on the link between volatility and growth". *American Economic Review*, 85(5), 1138–1151.
- Ranciere, R., Tornell, A., ve F. Westermann (2008) "Systemic crises and growth", *Quarterly Journal of Economics*, Vol.123, No.1, pp.359-406.
- Rodrik, Dani, 1997, Rodrik, D. (1998). Has globalization gone too far?. *Challenge*, 41(2), 81-94.

- Serven, L. (1997) "Uncertainty, Volatility, and Irreversible Investment: Theory, Evidence, and Lessons for Africa." *Journal of African Economics*, Vol.6, No.3, pp.229-268.
- Sims, C.A. (1980). "Macroeconomics and Reality," *Econometrica*, 48, 1-48.
- Tornell, A., Westermann, F., Martinez, L.: "Liberalization, Growth and Financial Crises: Lessons from Mexico and the Developing World", *Brookings Papers on Economic Activity* No. 2 (2003).
- Van der Ploeg, F., ve S. Poelhecke (2009) "Volatility and the Natural Resource Curse". *Oxford Economic Papers*, Vol. 61, No.4, pp. 727-760
- Wolf, H. (2005) "Volatility: Definitions and Consequences." In J. Azeinman and B. Pinto, eds. *Managing Economic volatility and Crises*. Cambridge, Mass.: Cambridge University Press, 2005.
- Zivot, E., ve Wang, J. (2006). *Modeling financial time series with S-PLUS* (Vol. 2). New York: Springer.

3. BÖLÜM

FİNANSAL GELİŞME VE YOKSULLUK İLİŞKİSİ: OECD ÜLKELERİ İÇİN BİR UYGULAMA

Doç. Dr. Serpil TÜRKYILMAZ

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi

İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri Bölümü,

serpil.turkyilmaz@bilecik.edu.tr

Orcid: 0000-0002-7193-4148

Müslime SÖZEN

Marmara Üniversitesi, İslam Ekonomisi ve Finans Enstitüsü

İslami Sigortacılık Yüksek Lisans Öğrencisi

muslimesozen@gmail.com

Orcid: 0000-0003-1381-6052

1. GİRİŞ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, finansal gelişme ile ekonomik büyümeyi sağlayarak işsizliği azaltmayı ve bu yolla da yoksulluğu azaltmayı hedeflemektedir. Tasarrufları harekete geçirmek, mal ve hizmet ticaretini kolaylaştırmak, kaynakların verimliliğini teşvik ederek artırmak, finans sektöründe ekonomik büyümeyi sağlamak ve doğrudan finansmana erişimi genişletmek bu ülkelerin öncelikleri arasındadır. Dolaylı olarak ise büyüme

yoluyla istihdam artırılarak aynı yönde yoksulluğun da azaltılması önem arz etmektedir.

Finansal istikrarsızlık, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yoksul kesimin daha fazla zarar görmesine sebebiyet vermektedir. Bankacılık krizlerine karşı daha savunmasız olduğu varsayılan yoksul kesim ödeme sistemindeki aksaklıklardan belirli ölçüde etkilenecek özellikle mevduatlar dondurulduğunda varlıklarını çeşitlendirememekte ve birikimlerini yabancı bankalara yatıramamaktadırlar. Bu durum bazı bankaların periyodik olarak mevduatlarının likiditesini sağlayamadığı ülkelerde (McKinnon kanalı etkisi), bankacılık sisteminin güvenilirliğine ilişkin şüpheleri azaltmakta veya ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca, bankalar zorda kaldıklarında, borçlular onlar için daha az kârlı olmakta ve müzakere güçleri yetersiz olduğundan yoksul kesim için küçük kredileri (daha az kredi kullanılmak, limit koymak) tanımlamaktadırlar (Jeanneney ve Kpodar, 2011:150).

Doğrudan etkinin yanı sıra, istikrarsız bir finansal sistemin neden olduğu büyüme ve enflasyon dolaylı yoldan yoksulluk üzerinde de bir etkiye sahiptir. Yatırımlar, kredi kullanılabilirliği ile yakından bağlantılı olduğundan, finansal istikrarsızlığın yatırım oranındaki dalgalanmaları şiddetlendirmesi ve dolayısıyla büyümeyi istikrarsızlaştırması olasıdır. Mal fiyatları kredi değişimlerinden farklı şekillerde etkilendiğinden, finansal istikrarsızlık nispi fiyatlarda oynaklığa yol açmaktadır. Genel olarak, ticarete konu malların fiyatları yabancı fiyatlar ve nominal döviz kuru tarafından belirlenmektedir. Ticarete konu olmayan mallar ise yurtiçi arz ve talebe bağlıdır. Bu nedenle yurtiçi kredi seviyesinden ve değişiminden daha doğrudan etkilenmektedir. Yatırım oranındaki ve reel döviz kurundaki istikrarsızlıklar, büyümeyi daha oynak hale getirmektedir (Ramey ve Ramey, 1995). Bu durum, ülkeler arasında ortalama büyüme oranı ile yıllık oranların oynaklığı arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Finansal istikrarsızlığın neden olduğu ekonomik oynaklık ekonomik büyümeyi engellemektedir. Ekonomik büyüme, yoksulluğu kalıcı olarak azaltmak için gerekli bir koşul olduğundan, finansal istikrarsızlık yoksul kesime zarar vermektedir. Düşen ve yükselen toplam gelir dönemleri arasındaki asimetri göz önüne alındığında, yoksul kesim büyüme oynaklığına karşı daha savunmasızdır. Düşen toplam gelir dönemleri, yoksul kesimin gelirini, yükselen gelir dönemlerin iyileştirmesinden daha fazla azaltmaktadır (Janvry ve Sadoulet, 2000).

Finansal istikrarsızlık sonucu ekonomik gerilemenin yoksulluk üzerindeki olumsuz etkisinin ekonomik gelişmenin olumlu etkisinden daha güçlü olduğu bilinmektedir. Genel olarak, gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik dalgalanmalar istihdam üzerinde olumsuz sonuçlara neden olmakta ve gelir

eşitsizliği artma eğilimi göstermektedir. Ayrıca, yoksul kesim devlet tarafından belirlenen gelire zenginlerden daha bağımlı olmaktadır (Easterly ve Fischer, 2001). Yoksulluk bir ülkeden diğerine farklılık göstermekle birlikte genellikle kırsal alanlarda yoğunlaşsa da, kentsel alanlarda yoksul insanların sigortaya erişimi olmadığı için, gerçek gelirdeki bir düşüş sağlık ve eğitimden de yoksun kalmalarına neden olmaktadır. Ravallion'a (2001) göre "Ortalama yaşam standartlarındaki daralmalar sırasında dağılım değişikliğinin yoksulları korumaya yardımcı olduğuna dair hiçbir kanıt bulunmamaktadır" (Ravallion, 2001:1806). Bu anlamda finansal gelişme ile yoksulluk arasındaki ilişkilerin incelenmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışmada; OECD ülkeleri kapsamında 28 ülkenin 2002-2018 dönemine ait yıllık bazda geniş para arzı (GPM2), GSYİH büyümesi (GSYİH), nüfus büyüme oranı (NBY), Gini endeksi (GINI) verileri kullanılarak, finansal gelişmenin, ekonomik büyüme ve nüfus artışını üzerindeki etkisi sebebiyle kırsal ve kentsel yoksulluğun nasıl etkilendiği incelenmektedir. Çalışmanın yöntemi olarak önce GPM2, NBY, GSYİH ve GINI değişkenleri arasındaki ilişkiler dört ana model altında başlıca dört aşamada panel veri analizi ile değerlendirilmektedir. *İlk aşamada*, çalışmaya dahil edilen ülkelere ilişkin seriler arasında Yatay Kesit Bağımlılığının varlığı Pesaran vd. (2008) CDLMadj (Adjusted Cross-sectional Dependence Lagrange Multiplier) testleriyle incelenmiştir. Yatay Kesit Bağımlılığı tespit edildikten sonra ikinci nesil birim kök testlerine karar vermeden önce homojenlik ölçümü Delta Testi ile yapılmış ve parametrelerin eğimlerinin Heterojen olduğu gözlemlenmiştir. *İkinci aşamada*, ikinci nesil birinci grup panel birim kök testi olan Hadri Panel Birim Kök Testi uygulanmış, serilerin düzeyde durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. *Üçüncü aşamada* değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunup bulunmadığı yatay kesit bağımlılığı da dikkate alınarak Westerlund ve Edgerton (2007) LM bootstrap testi ile incelenmiştir. *Son aşamada* ise değişkenler arasında nedensellik ilişkisi yatay kesit bağımlılığını dikkate alan Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi kullanılarak araştırılmıştır. Çalışmanın giriş bölümünü izleyen ikinci bölümünde literatür taramasına yer verilmekte, yöntem ve analiz bulguları üçüncü bölümde sunulmaktadır. Dördüncü bölüm bulguların özetlendiği sonuç ve değerlendirme kısmını içermektedir.

2. LİTERATÜR

Finans sektörü ve yoksulluk (gelir eşitsizliği) arasındaki ilişki üzerine yapılan pek çok çalışma bulunmakla birlikte genellikle çalışmalar, finansal gelişme ve finansal istikrarsızlık gibi temel göstergelerin yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Literatürdeki çalışmaların bazıları özet olarak aşağıda verilmektedir.

Jalilian ve Kirkpatrick (2001), finansal kalkınmanın düşük gelirli ülkelerde yoksulluğu azaltmasına yönelik yaptığı katkıyı araştırmıştır. Finansal sektörde uygulanan kalkınma politikalarının ekonomik büyümeyi sağladığı ve gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğu azaltmayı hedeflediği konusunda yapılan tartışmaları desteklediği sonucuna ulaşmıştır. Çalışmada düşük gelirli ülkelerde yoksulluğun azaltılması için bir araç olarak, belirli finans sektörü politikalarının ve programlarının nasıl etkili bir şekilde uygulanabileceğine dair daha odaklı, mikro ampirik araştırma yapılması gerektiği önerilmiştir.

Jalilian ve Kirkpatrick (2005), gelişmekte olan ülkeler üzerinden finansal kalkınmanın yoksulluğun azaltılmasına katkısını incelemiştir. Bu amaçla; finansal sektör büyümesi ile yoksulluğun azaltılması arasında bir nedensellik sürecini test etmişlerdir. Finansal gelişme, ekonomik büyüme, eşitsizlik ve yoksulluğun azaltılması arasında bağlantılar kurmuşlar ve kesin olarak finansal sektör gelişiminin gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılması hedefine katkıda bulunan, ampirik kanıtlar üretmeye çalışmışlardır. Değişkenlerin her biri ayrı ayrı literatüre uygun olarak ele alınsa da, mevcut veriler ve üretilen sonuçlar, yoksulların finansal kalkınma ve büyümeden nasıl faydalandıkları konusunda ülkeler arasında önemli farklılıklar ile karşılaşmışlardır. Finansal gelişmeden ekonomik büyümeye uzanan nedensel bir bağlantıyla, büyüme beklentilerinin iyileştiği sonucuna ulaşmışlardır. Finansal gelişmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin en çok düşük gelir düzeyinde belirlendiği ortaya konulmuştur.

Akhter ve diğerleri (2009), finansal kalkınma ile yoksulluk arasındaki doğrudan bir ilişkinin olup olmadığını ampirik bir çalışma ile sunmaktadırlar. Çalışma, yoksulluğun zamanla değişen, değişmeyen ve nadiren değişen değişkenlerle açıklandığı bir panel veri modelini içermektedir. Modellerin parametreleri, gelişmekte olan 54 ülkeye ait panel verileri kullanılarak sabit etki vektör ayrışımı (FEVD) adı verilen bir teknikte tahmin edilmiştir. Yolsuzluğun bir kısıtlama olmasına karşın, siyasi istikrarın finansal gelişme yoluyla yoksullukla mücadelede bir katalizör olduğuna dair geleneksel kanıya varmışlardır. Sonuçlara göre, finansal gelişme düzeyi ile finansal istikrarsızlık arasında güçlü bir korelasyon olduğunu ve finansal kalkınma ve istikrarlı

finansal sisteme sahip ülkelerde yoksullara daha büyük ölçüde yardım edildiği görülmektedir. Sonuç olarak finansal kurumların eksik ve düzensiz işlemesi ve ekonomik büyümenin yavaşlamasının yoksulluk ve eşitsizliğin artmasına neden olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Kappel (2010), makalesinde finansal gelişmenin gelir eşitsizliği ve yoksulluk üzerindeki etkilerini incelemiştir. Panel veri regresyonlarının sonuçları, ülkeler arası eşitsizliğin ve yoksulluğun yalnızca kredi piyasaları aracılığıyla değil, aynı zamanda da hisse senedi piyasaları aracılığıyla azaltıldığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışmasında etnik çeşitliliğin ve toprak dağılımının hem gelir eşitsizliğinin hem de yoksulluğun önemli ve sağlam belirleyicileri olduğunu göstermiştir. Bu nedenle, uygun politikalarla finansal gelişmenin teşvik edilmesinin, eşitsizliği ve yoksulluğu azaltmaya yardımcı olabilecek birçok adımdan biri olduğunu öngörmüştür.

Pradhan (2010) çalışmasında, 1951-2008 döneminde Hindistan'da finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılmasına neden olan uzun vadeli ve kısa vadeli dinamikleri incelemiştir. Analizde eşbütünleşme ve nedensellik testi kullanılmıştır. Sonuç olarak değişkenler arasında, tek yönlü eşbütünleşme ilişkisi olduğu, finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasında uzun vadeli denge ilişkisinin olduğu görülmüştür. Granger-nedensellik testi 1951-2008 döneminde Hindistan'da finans sektörünün gelişimi, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasında ilişki olduğunu desteklemiştir. Sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlamak ve yoksulluğun azaltılmasını sürdürmek için, hükümetlerin finansal sektörü derinleştirmesinin, finansal gelişme ile beraber ekonomik büyümeyi uzun vadeli desteklediği sonucuna ulaşmışlardır.

Jeanneney ve Kpodar (2010), makalelerinde “finansal gelişmelerin yoksulluğun azaltılmasının maliyetlerin azaltılmasına faydası olabilir mi?” sorusuna cevap aramışlardır. Finansal kalkınmanın, ekonomik büyümeye dolaylı etkisinin ötesinde, bir dağıtım etkisi yoluyla doğrudan yoksulluğu azaltmaya nasıl yardımcı olduğunu araştırmışlardır. 1966'dan 2000'e kadar olan dönemi kapsayan çalışmada üç ana sonuç çıkarılmıştır. Birincisi, finansal gelişme, ekonomik büyümenin etkisinden daha güçlü doğrudan etki ile yoksulluğa yansıyor bir iyileştirme yapmaktadır. İkincisi mali istikrarsızlık yoksullara zarar verir ve mali kalkınma kısmen telafi edicidir. Üçüncüsü, McKinnon “kanal etkisi”, yoksulların finansal kalkınmadan yararlandığı ana kanal olabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte bankalar tarafından yoksullara mikro krediler sunulması sonucu birikimli tasarrufların yoksulluğun azaltılması üzerindeki doğrudan etkisinin önemi vurgulamaktadır.

Ellahi (2011), Pakistan'da 1975'ten 2010 yılına kadar olan zaman diliminde finans sektörünün gelişimi, ekonomik büyüme göstergeleri ve yoksulluğun azaltılması arasındaki eşbütünleşmeyi ve nedensellik ilişkisini incelemektedir. Analiz sonuçlarına göre, değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu ve buna bağlı olarak uzun dönem denge ilişkisinin doğrulandığını göstermiştir. Yüksek ekonomik büyüme endeksinin finans sektörünün gelişiminden sorumlu olduğu ve toplu olarak hem finansal kalkınmada önemli bir rol oynadığı hem de her ikisinin de ekonomideki yoksulluğun ortadan kaldırılması üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tahmin edilmiştir. Ekonomik büyümeden finansal gelişmeye, finansal gelişmeden yoksulluğun azaltılmasına ve ekonomik büyümeden yoksulluğun azaltılmasına tek yönlü nedenselliğin varlığını kanıtlamıştır.

Ho ve Odhiambo (2011), 1978-2008 yılları arasında yıllık verileri kullanarak Çin'deki mali gelişme ile yoksulluğun azaltılması arasındaki nedensellik ilişkisini ARDL-Bounds test yaklaşımını kullanarak incelemiştir. Çalışmada, finansal kalkınmanın iki önemli temsilcisini (para kazanma değişkeni ($M2 / GSYİH$) ve bu bağlantıyı gösteren $GSYİH$ 'nin bir oranı ($DCP / GSYİH$)) ele alınmıştır. Çalışmanın ampirik sonuçları, Çin'deki finansal gelişme ile yoksulluğun azaltılması arasındaki nedensel ilişkinin, finansal gelişmeyi ölçmek için kullanılan değişkene duyarlı olduğunu göstermektedir. Geniş para arzı oranı ($M2 / GSYİH$) finansal kalkınmanın bir göstergesi olarak kullanıldığında, yoksulluğun azaltılması hem kısa vadede hem de uzun vadede finansal genişlemeye neden olmaktadır. Bulgulara göre, Çin'de on yıllardır devam eden yoksulluğu azaltma programlarının uzun vadede finans sektörünün gelişmesine yol açacağı sonucunu elde etmiştir.

Azra ve diğerleri (2012), çalışmalarında, Pakistan'ın en önemli makroekonomik sorunlarından biri olan yoksulluğu incelemiştir. Pakistan'daki yoksulluğu azaltmak için bazı politik önlemleri belirlemek amacıyla yapılan çalışmada; 1981-2010 dönemini kapsayan zaman serisinde uzun dönemi incelemek için ARDL yöntemi kullanmışlar, mali derinleşme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki nedensellik ilişkisini analiz etmişlerdir. Değişken olarak, geniş para arzı ($M2/GSYİH$), özel sektör yurtiçi kredi ($DCP/GSYİH$) ve yerel para banka varlıklarını ($DMBA$) kullanmışlardır. Finansal derinleşmenin geniş para arzı ve özel sektör yurtiçi kredileri üzerinde uzun vadeli bir etkisi olduğu sonucuna varılırken, yerel para banka varlıklarının yoksulluğun azaltılmasıyla uzun vadeli bir ilişkisi olmadığını tahmin etmişlerdir. Kişi başına özel sektör yurtiçi kredisi ile geniş para arzının $GSYİH$ 'ye oranı ($M2/GSYİH$) arasında hem kısa hem de uzun vadeli ilişkinin olduğu

görülmektedir. Ayrıca çalışmada yerli para banka varlıkları (DMBA) ile kişi başına tüketim arasında da pozitif bir ilişkinin varlığı kanıtlanmıştır.

Uddin ve diğerleri (2013), Bangladeş'teki finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişkiyi 1975-2011 çeyrek dönemlik verileri kullanarak araştırmaktadır. Tüm değişkenler, ADF ve Zivot-Andrews yapısal kırılma testleri kullanılarak test edilmiştir. Sonuçlar, değişkenlerin I (1)'de entegre edildiğini göstermektedir. Daha sonra, uzun vadeli ilişki içinde serideki yapısal kırılmaları dahil ederek eşbütünleşmeye ARDL yaklaşımına dayalı bir simülasyon uygulanmıştır. Bulgulara göre, Bangladeş'te finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasında uzun vadeli bir ilişkinin var olduğunu yani eşbütünleşik olduğunu doğrulamaktadır. Çalışmada finansal gelişme ve ekonomik büyümenin yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunmadığı ve yoksulluğun azaltılmasının finansal gelişmeye yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Shahbaz ve diğerleri (2013), çalışmada, Pakistan'da finansal gelişme, yurtiçi tasarruflar ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi araştırmak için 1971 - 2005 yılları arası verileri zaman serisi ile analiz edilmiştir. Analiz metodu olarak, kısa ve uzun vadede ARDL sınır testi yaklaşımı ile nedensellik ilişkisi aranmış, eşbütünleşme ve Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgulara göre, uzun vadede finansal gelişme ve yoksulluk arasında geribildirim etkisi olduğu ve kısa vadede ise yoksulluğun azalmasından finansal gelişmeye güçlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı gösterilmiştir.

Singh ve Huang (2015), finansal gelişmenin ve ekonomik büyümenin Sahra altı Afrika ülkelerinde yoksulluk üzerindeki etkilerini 1992-2006 yılları arası dönemde 37 ülkenin örneklemeden oluşan bir incelemedir. Bulgulara göre, finansal derinleşmenin gelir eşitsizliğini genişletebileceği ve daha güçlü mülkiyet hakları ile birlikte yoksulluğu artırabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Faiz oranı ve kredilerin serbestleşmesi sonucu, mülkiyet hakları ve kredi bilgilerine zor erişim olanağının yoksulların zararına olan bir durum olduğu tespit edilmiştir.

Abosedra ve diğerleri (2015) çalışmalarında 1975Q1 2011Q4 dönemine ait çeyreklik verileri kullanarak Mısır'da finansal gelişme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişkileri ele almaktadır. Değişkenlerin durağanlıkları, Zivot-Andrews yapısal kırılma birim kök testi uygulanarak test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, finansal derinleşme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasında uzun vadeli bir ilişkinin varlığı eşbütünleşme kanıtları ile doğrulanmıştır. VECM Granger nedensellik sonuçlarına göre, Mısır için finansal kalkınmanın temsilcisi olarak özel sektöre verilen yurtiçi kredi kullanıldığında, finansal gelişmenin yoksulluğu azalttığı ve finansal sektör

gelişiminin ekonomik büyüme yoluyla yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunduğu Mısır için doğrulanmıştır.

Erkal ve diğerleri (2015), 1998-2010 yılları arası 11 ülke için panel veri analizi kullanarak yoksulluk, ekonomik büyüme ve gelir eşitsizliği ilişkilerini araştırmıştır. Çalışmalarında büyüme ve yoksulluk arasında iki ayrı model kullanmışlardır. Bulgulara göre; ilk modelde; bağımsız değişkenlerin (enflasyon, gelir eşitsizliği, kamu sağlık harcamaları, doğrudan yabancı yatırımlar, orta öğretim harcamaları, nüfus artışı, özel sağlık harcamaları) yoksulluk üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İkinci modelde ise bağımsız değişkenlerin (yükseköğretim harcamaları, kişi başına GSYH, gelir eşitsizliği, doğrudan yabancı yatırımlar, kamu sağlık harcamaları, ortaöğretim harcamaları, ticari açıklık değişkenleri) ekonomik büyüme üzerinde anlamlı bir etkiye sahip oldukları tahmin edilmiştir. Sonuçlara göre, gelir eşitsizliğinde yaşanan bir artışın yoksulluğun büyümesine neden olduğu görülmüştür.

Besong (2016), tez çalışmasında, 29 Sahra Altı Afrika ülkesinden oluşan bir örneklem kullanarak finansal gelişme, gelir eşitsizliği ve insan refahının ortak ve içsel evrimi, 1990-2010 yılları arasında incelemiştir. Değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığını Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) kullanarak araştırmıştır. Uzun ve kısa vadede mali sektör gelişiminin, GSYİH'nin bir yüzdesi (M2 / GSYİH) olarak büyüklüğü veya geniş parasıyla ölçüldüğünde, ulusal gelirlerin oldukça eşitsiz bir şekilde dağıtıldığı, Sahra Altı Afrika ülkelerinin yaşam standartları üzerinde orantısız bir etki sağladığı görülmektedir. Çalışmada M2 ile GINI endeksi arasında güçlü bir nedensellik olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bulgulara göre; ülkelerin mali sektörlerinin boyutunu ve derinliğini en azından M2 için yüzde 25 ve özel krediler için yüzde 18 olan uzun vadeli ortalama GSYİH oranına ulaşacak şekilde artırması gerektiği öngörülmektedir.

Zahonogo (2017), finansal kalkınmanın gelişmekte olan ülkelere yoksulluk göstergelerini nasıl etkilediğini incelemiştir. 1980-2012 dönemini kapsayan 42 Sahra Altı Afrika ülkesinden alınan verileri kullanarak bir yoksulluk modeli oluşturmuştur. Analizinde, ülkelere özgü etkileri ve olası içsellik kontrol etmek için uygulanan Genelleştirilmiş Moment Yöntemi (GMM) kullanmıştır.

Çalışma sonuçlarına göre finansal gelişmenin yoksulluk göstergelerini olumlu etkilediği, ama bu etkinin yoksulluk üzerinde bir eşige kadar zararlı etkiye sahip olabileceği ve bu eşğin üzerine geçtiğinde finansal kalkınmanın daha az yoksullukla ilişkili olduğu ortaya koyulmuştur.

Kheir (2018), finansal kalkınmanın Mısır'daki yoksulluğun azaltılması üzerindeki etkisini ampirik olarak incelemektedir. Ayrıca çalışmasında finansal

gelişmenin yoksulluğu GSYİH büyümesi yoluyla etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Veriler yıllık olarak elde edilmiş ve 1980'den 2015'e kadar olan dönemi kapsamaktadır. Araştırmada ilk hipotez, yurtiçi kredinin özel sektöre oranı (GSYİH'nin yüzdesi) bakımından yoksulluğa bağlıdır. İkincisi, likit yükümlülüklerin GSYİH'ye veya M3/GSYİH'ye oranı açısından yoksulluğa bağlıdır olarak belirlenmiştir.

Sonuçlar, uzun vadede, ekonomik büyüme ile yoksulluk arasındaki ilişkinin çift yönlü olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca mali gelişme ve yoksulluk çift yönlü olarak birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu ve kısa vadede, finansal gelişme ile yoksulluğun azaltılması arasında çift yönlü nedensellik söz konusu olduğu tahmin edilmiştir.

3. PANEL VERİ ANALİZİ

Bu bölümde çalışma verilerinin panel veri analizi yöntem ve bulgularına yer verilmektedir.

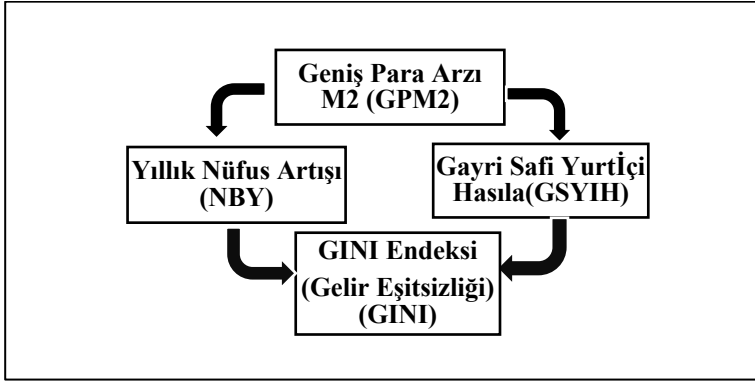
3.1. Araştırmanın Yöntemi ve Model

Çalışmanın öncelikli beklentisi M2 para arzında olumlu yönde bir değişme görüldüğünde gelir eşitsizliğinin göstergesi olarak GINI katsayısı oranlarında azalma görüleceği üzerinedir. Çalışma yöntemi olarak Panel veri analizi kullanılmaktadır. Oluşturulan modeller için bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerine etkisi incelenmiştir. Model genel olarak (1) nolu eşitlikteki gibi ifade edilmektedir:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$i = 1, 2, \dots, 28. \text{ (ülke)}$$

$$t = 2002, 2003, 2004, \dots, 2017, 2018. \text{ (yıl)}$$



Şekil 1: Çalışmanın Kurgusu

Çalışmanın modeli ve kurgusu kapsamında dört model tahmin edilmiştir. Bu modeller Geniş Para M2 (GPM2) bağımlı değişkeninin, Yıllık Nüfus Artışı'nı (NBY) ve Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) bağımsız değişkenini olumlu yönde etkilediği ve NBY ve GSYİH bağımlı değişkeninin pozitif yöndeki hareketi sonucu GINI Endeksi (gelir eşitsizliği) pozitif yönde etkilediği üzerinedir.

Tablo1' de bilgileri verilen çalışma verileri Dünya Bankası'nın veri tabanından elde edilmiş, analiz sonuçları Eviews ve Stata ekonometrik paket programları ile elde edilmiştir.

Tablo 1: Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Kısaltma
Geniş Para Arzı (M2/GSYİH)	GPM2
GSYİH Büyümesi (Yıllık %)	GSYİH
Nüfusun Büyüme Oranı (Yıllık %)	NBY
Gini Endeksi (Dünya Bankası Tahmini %)	GINI

Çalışmada incelenen geniş tanımlı para arzının gayrisafi yurt içi hasılaya (M2/GSYİH) oranı araştırmalarda sıklıkla yararlanılan gelişim göstergelerinden birisidir. Bu gösterge bir ülke ekonomisinde parasallaşmanın oranını tespit etmekte olup M2/GSYİH göstergesi bireyler tarafından bankacılık sisteminin kullanım oranı ile ilgi de bilgi vermektedir. Teorik olarak bu göstergenin yüksek oranlarda olması finansal sistemin gelişimini de ifade ettiğinden analize dahil edilmiştir.

Seçilmiş ülkelere ilişkin ampirik analiz dört model çerçevesinde, ilk iki modelde GPM2 bağımlı değişken birinci modelde GSYIH bağımsız değişken, ikinci modelde NBY bağımsız değişkendir. Üçüncü modelde bağımlı değişken GSYIH, bağımsız değişken GINI alınarak, dördüncü modelde bağımlı değişken NBY ve bağımsız değişken GINI alınarak tahmin yapılmıştır.

Panel veri analizi ile tahmin edilecek modeller aşağıda verilmektedir;

$$\textbf{Model 1: } GPM2_{it} = a + b_{it} GSYIH_{it} + e_{it} \quad (2)$$

$$\textbf{Model 2: } GPM2_{it} = a + b_{it} NBY_{it} + e_i \quad (3)$$

$$\textbf{Model 3: } GSYIH_{it} = a + b_{it} GINI_{it} + e_i \quad (4)$$

$$\textbf{Model 4: } NBY_{it} = a + b_{it} GINI_{it} + e_{it} \quad (5)$$

Çalışmada modeller çerçevesinde oluşturulan sıfır hipotezleri aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$\textbf{H1}_0: \text{GPM2 ile GSYIH arasında bir ilişki yok.} \quad (H.1)$$

$$\textbf{H2}_0: \text{GPM2 ile NBY arasında bir ilişki yok.} \quad (H.2)$$

$$\textbf{H3}_0: \text{GSYIH ile GINI arasında bir ilişki yok.} \quad (H.3)$$

$$\textbf{H4}_0: \text{NBY ile GINI arasında bir ilişki yok.} \quad (H.4)$$

Hipotezler bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilere ilişkin hipotezler modellere bağlı olarak oluşturulmuştur.

3.2. Veri Seti

Çalışma kapsamında, (2002-2018) yılları arasında seçilen 28 OECD ülkesinin yıllık verileri kullanılmıştır. Veriler Dünya Bankası'nın ülke sıralamasına göre uygun şekilde elde edilmiş ve panel veri olarak düzenlenmiştir.

Tablo 2: Çalışmada Yer Alan OECD Ülkeleri

Ülkeler			
1	Avusturya (Austria)	15	Lüksemburg (Luxembourg)
2	Belçika (Belgium)	16	Meksika (Mexico)
3	Kolombiya (Colombia)	17	Hollanda (Netherlands)
4	Danimarka (Denmark)	18	Norveç (Norway)
5	Estonya (Estonia)	19	Polanya (Poland)
6	Finlandiya (Finland)	20	Portekiz (Portugal)
7	Fransa (France)	21	Slovakya (Slovak Republic)
8	Almanya (Germany)	22	Slovenya (Slovenia)
9	Yunanistan (Greece)	23	İspanya (Spain)
10	Macaristan (Hungary)	24	İsveç (Sweden)
11	İzlanda (Iceland)	25	İsviçre (Switzerland)
12	İrlanda (Ireland)	26	Türkiye (Turkey)
13	İtalya (Italy)	27	İngiltere (United Kingdom)
14	Litvanya (Lithuania)	28	Amerika (United States)

Tablo 2’de gösterildiği gibi OECD ülkeleri kapsamında gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler yer almaktadır.

3.3. Homojenlik Testi

Çalışmada yer alan parametrelerin eğiminin homojen veya heterojen olduğunu tespit etmek amacıyla homojenlik testi uygulanmıştır (Pesaran ve Smith, 1995). Model seçimleri için eğim homojenlik / heterojenlik anahtarının oluşturulması Delta Testi (Pesaran ve Yamagata, 2008) ile yapılmıştır (Bersvendsen ve Ditzen, 2020).

Delta Testi: $U > T$ veya $T > U$ her iki koşul varsayımı altında geçerlidir. $N \rightarrow \infty$ zaman periyodu ve $T \rightarrow \infty$ zaman periyodu için geçerlidir.

$$y_{it} = \mu_i + \beta'_{1i}x_{1i,t} + \beta'_{2i}x_{2i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (6)$$

Test edilen sıfır hipotezleri;

$H_0: \beta_{2i} = \beta_2$ hepsi için geçerlidir (Eğim katsayıları homojendir)

$H_A: \beta_{2i} \neq \beta_2$ benzerleri için geçerlidir (Eğim katsayısı homojen değildir)

Delta Testi, Swamy' nin testinin standartlaştırılmış bir versiyonuna dayanmaktadır (Swamy, 1970). Kesitsel birim spesifik tahmini (β_{2i}) ve ağırlıklı havuzlanmış tahmin (β_{2WFE}) arasındaki ağırlıklı farkı karşılaştırmaktadır:

$$\tilde{\Delta} = \frac{1}{\sqrt{N}} \left(\frac{\sum_{i=1}^N \tilde{d} - k_2}{\sqrt{2k_2}} \right) \quad (7)$$

$$\tilde{d} = (\tilde{\beta}_{2i} - \widehat{\beta}_{2WFE})' \frac{x'_{2i} M_{1i} x_i}{\hat{\sigma}_i^2} (\tilde{\beta}_{2i} - \widehat{\beta}_{2WFE}) \quad (8)$$

(β_{2WFE}) enine kesit birimi spesifik varyanslarına göre ağırlıklandırılmaktadır (Swamy, 1970).

$H_0: \beta_i = \beta$ Eğim katsayıları tahminleri homojendir.

$H_1: \beta_i = \beta$ Eğim katsayıları tahminleri heterojendir.

Homojenlik testi sonuçlarının verildiği Tablo 3'te görüldüğü gibi olasılık değerleri 0,05'den küçük olduğu için %1 anlam düzeyinde tahmin edilmiştir. Verilerimizin delta test sonuçlarına göre, H_0 reddedilmiş ve H_1 kabul edilmiştir, yani eğim katsayıları tahminleri heterojen dağılım göstermektedir. Parametrelerin birimden birime değiştiği görülmektedir (Talatoğlu, 2020:248) Tablo 3'deki bulgulara göre eşbütünleşme testlerinden heterojen olan testlerin sonuçlarına güvenilmelidir.

Tablo 3: Delta Homojenlik Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$\hat{\Delta}$	Chi2 (108)	prob > chi2
$\hat{\Delta}_{adj}$	12674.68	0.0000*
Tahminin anlam düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 olarak ifade edilmiştir.		

Buna göre; çalışmanın devamında uygulanacak eşbütünleşme testi seçimi, heterojen parametreler için uygun olan testler üzerinden devam etmektedir.

3.4. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Yatay kesit bağımlılık testi ile kesitler arasındaki ilişki test edilmektedir. Değişkenlerdeki yatay kesit bağımlılığını tespit etmek için çeşitli testler geliştirilmiştir; T panel zamanı, N yatay kesitten büyük ise Breusch-Pagan (1980) yılında geliştirdiği Lagrange Multiplier (LM) testi kullanılmaktadır.

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{P}_{ij}^2 \quad (9)$$

$U > T$ veya $T > U$ durumları için Pesaran (2004) yılında CD_{LM} testini geliştirmiş fakat $U > T$ durumunda yapılan çalışmalarda test geçerli düzeyde sapmalar ortaya koymuştur.

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T \hat{P}_{ij}^2)} \quad (10)$$

Bu durum ($U > T$) göz önünde bulundurularak Pesaran (2004) yılında CD (Cross Section Dependent) testini geliştirmiştir.

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (\hat{P}_{ij})} \quad (11)$$

Pesaran (2008) yılında ise CD_{LM} testindeki $U > T$ arasındaki sapmaların düzeltildiği LM_{adj} (Bias-Adjusted Cross Sectionally Dependence Lagrange Multiplier) testini geliştirmiştir (Pesaran, 2004-2008).

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N T \hat{P}_{ij} \frac{(T-k) \hat{P}_{ij} - u_{Tij}}{\sqrt{u_{Tij}^2}}} \quad (12)$$

Yatay kesit bağımlılığını ölçmek için $U > T$ göz önünde bulundurularak CD ve LM_{adj} yatay kesit bağımlılığı testi uygulanmaktadır. Test edilen sıfır hipotezi:

H_0 : Seriler arasında yatay kesit bağımlılığı yoktur.

şeklinde ifade edilmektedir.

Tablo 4. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

	CD Testi		LM _{adj} Testi	
	Test İstatistiği	p- Değeri	Test İstatistiği	p-Değeri
GPM2	27.00959	0.0000*	97.24008	0.0000*
GSYİH	51.20407	0.0000*	90.19098	0.0000*
NBY	0.499852	0.0172**	34.12959	0.0000*
GINI	0.358923	0.0197**	25.68112	0.0000*
Anlam düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 olarak ifade edilmiştir.				

Tablo 4' deki yatay kesit bağımlılığı testi sonuçlarına göre; H_0 (seriler arasında yatay kesit bağımlılığı yoktur) hipotezi reddedilmektedir. Buna göre; ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğu görülmektedir ve ikinci kuşak birinci grup birim kök testlerinin kullanımı uygundur.

3.5. Panel Birim Kök Testi (İkinci Nesil Birinci Grup)

İkinci nesil birim kök testlerinden Hadri birim kök testi, panel seriler için yatay kesit bağımlılığını dikkate almaktadır. Hadri birim kök test istatistiği aşağıdaki iki Z istatistiği ile hesaplanmaktadır. Birincisi için geliştirilen formül:

$$ST_i^{LA} = 1/\tilde{\sigma}_{iLA}^2 \sum_{t=1}^T (S_{it}^W)^2 \quad (13)$$

$$\tilde{\sigma}_{iLA}^2 = \tilde{\sigma}_{vi}^2 / (1 - \theta_{i1} - \dots - \theta_{ip})^2 \quad (14)$$

şeklinde. Hadri birim kök testi bu istatistiğin Z_A^{LA} olduğunu ifade ederken, Z_A^{SPC} adlı geliştirilen istatistik ise;

$$ST_i^{SPC} = 1/\tilde{\sigma}_{iSPC}^2 \sum_{t=1}^T (S_{it}^W)^2 \quad (15)$$

şeklinde yazılmaktadır.

(14) ve (15) deki formüller yardımıyla Hadri birim kök testinin istatistik sonuçlarına ulaşılabilmektedir. Test edilen hipotez, heterojen panel serileri geçerliliğinde, durağanlığı göstermektedir.

H_0 : Panel Birim Kök Bulunmamaktadır. (Seriler Durağandır)

H_1 : Panel Birim Kök Bulunmaktadır. (Seriler Durağan Değildir)

Tablo 4' de 28 OECD ülkesi için uygulanan panel birim kök testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 5: Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Hadri Panel Birim Kök Testi		
Değişken	Hadri- Z- İst.	p-değeri
GPM2	36.6507	0.0000*
GSYIH	1.9491	0.0256**
NBY	20.4232	0.0000*
GINI	22.7107	0.0000*
Anlam düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 olarak ifade edilmiştir		

Tablo 5'te sunulan Hadri birim kök testi sonuçlarına göre NBY %5 anlam düzeyinde ve diğer değişkenlerin ise %1 anlam düzeyinde serilerin durağan olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H_0 hipotezi reddedilememektedir.

3.6. Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi

Çalışma veri seti için uygulanan yatay kesit bağımlılığı testi bulguları incelenen ülkeler arasında değişkenler açısından yatay kesit bağımlılığının bir kanıtını sunmaktadır. Ayrıca uygulanan delta testi ile yatay kesit bağımlılığı ve heterojenlik tespit edilmiştir. Çalışmamıza hem yatay kesit bağımlılığı hem de heterojen verilerde daha güvenilir sonuçlar sunan Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi uygulanmıştır (Selim vd., 2014). Bu test verilerin seviyede veya birinci farkta durağan olması durumlarında da geçerlilik göstermektedir (Westerlund, Urbain ve Edgortan, 2016). Test edilen hipotez;

H_0 : Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır

ile ifade edilmektedir. Hata düzeltme temelli faktör kullanılan panel eşbütünleşme testi modeli (16) ile elde edilmiştir (Tatoğlu, 2020).

$$\Delta y_i = d\delta_{y.x_i} + \alpha_{y_i}y_{i,-1} + \omega_{i,-1}y_i + \mu_i\pi_i + \varepsilon_{y.x_i} = \alpha_{y_i}y_{i,-1} + \varphi_i^d\lambda_i + \varepsilon_{y.x_i} \quad (16)$$

(16) nolu modelde boyutlar tahmin edildikten sonra, A vektörü d ile genişletilerek ifade edilmiştir.

$$A_d = (d, A) \quad (17)$$

Testin her aşamasında OLS tahmini elde edildikten sonra H_0 hipotezi için t testi yardımı ile test edilmektedir.

(T-1-p) * (T-1-p) boyutlu matris:

$$M_A = I_{T-1-p} - A(A'A)A' \quad (18)$$

Tanımlandığında OLS tahmincisi:

$$\widehat{\alpha}_{y_i} = \frac{y_i' M_{g_i^d} \Delta y_i}{y_{i,-1}' M_{g_i^d} y_{i,-1}} \quad (19)$$

ve varyansı,

$$\widehat{\delta}_{y_i} = \frac{\delta_{\widehat{\alpha}_{y_i}}^2}{y_{i,-1}' M_{g_i^d} y_{i,-1}} \quad (20)$$

şeklindedir. Burada,

$$\delta_{\widehat{\alpha}_{y_i}}^2 = T^{-1} (\Delta y_i - \widehat{\alpha}_{y_i} y_{i,-1})' M_{g_i^d} (\Delta y_i - \widehat{\alpha}_{y_i} y_{i,-1}) \quad (21)$$

t istatistiği, $t_{c_i} = t_{\alpha_{y_i}} = \frac{\widehat{\alpha}_{y_i}}{\widehat{\delta}_{y_i}}$ ile tanımlanmaktadır.

Panel testinin istatistiği, birimlere göre test istatistiğinin ortalaması olarak kabul edilmektedir.

$$\widehat{t}_c = \frac{1}{N} \sum_{t=1}^N t_{c_i} \quad (22)$$

Tablo 5'te Model 1 için panel eşbütünleşme testi sonuçları yer almaktadır. Olasılık değeri (≤ 0.01) olarak görülmektedir. H_0 reddedilmiş ve H_1 kabul edilmiştir. Model 1 için yapılan eşbütünleşme test sonuçları, GPM2 ve GSYİH değişkenleri arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Gengenbach, Urbain ve Westerlund (2016) Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Panel EC-Test			
Değişken y(t-1)			
Model	Katsayı	t-bar	p-Değeri
$GPM2_{it} = a + b_{it} GSYIH_{it} + e_{it}$	-0.398	-1.350	≤ 0.01
$GPM2_{it} = a + b_{it} NBY_{it} + e_{it}$	-0.602	-2.192	≤ 0.01
$GSYIH_{it} = a + b_{it} GINI_{it} + e_{it}$	-0.875	-2.840	≤ 0.01
$NBY_{it} = a + b_{it} GINI_{it} + e_{it}$	-0.356	-1.360	> 0.1

Tablo 6’de Model 1-4 için panel eşbütünleşme test sonuçları yer almaktadır. Model 1 için p-Değeri (≤ 0.01) olarak görülmektedir. Buna göre; GPM2 ile GSYIH arasında panel eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığı sıfır hipotezi reddedilmektedir. p-Değeri t-bar istatistiklerine göre; Model 2 için bulgular, GPM2 ve NBY değişkenleri arasında, Model 3 için eşbütünleşme testi bulguları ise GSYIH ve GINI arasında panel eşbütünleşme ilişkisinin varlığını göstermektedir. Model 4 için test sonuçları ise NBY ve GINI arasında bir panel eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığını ifade etmektedir.

3.7. Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi

Dumitrescu ve Hurlin (2012) testi, Granger nedensellik testinden yola çıkarak heterojen paneller için yeniden düzenlenmiştir. VAR modeli birinci eşiğinde X ile Y arasındaki nedensellik ilişkisi aşağıda yer almaktadır:

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^k Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^k X_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (23)$$

Bu durumda serilerin durağan olması gerekmektedir. Testin sıfır hipotezi,

H_0 : X’ten Y’ye nedensellik ilişkisi yoktur.”

şeklinindedir. Dumitrescu ve Hurlin (2012) test istatistiği ise (24) de ifade edilmektedir:

$$Z_{N,T}^{HNC} = \sqrt{\frac{N}{2K}} (W_{N,T}^{HNC} - K) \quad (24)$$

$$Z_{N,T}^{HNC} = \frac{\sqrt{N}[(W_{N,T}^{HNC} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(W_{i,T}))]}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=1}^N Var(W_{i,T})}} \quad (25)$$

Dört model için ayrı olarak uygulanan Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi sonuçları, Tablo 6’da yer almaktadır.

Model 1 için GPM2 ve GSYH’nin nedensellik testi sonuçları için test edilen sıfır hipotezi; “**H1** $_0$: GPM2, GSYIH’nin nedeni değildir” şeklinde,

Model 2 için GPM2 ve NBY’nin nedensellik testi sonuçları için test edilen sıfır hipotezi;

“**H2** $_0$: GPM2, NBY’nin nedeni değildir” şeklinde,

Model 3 için GSYIH ve GINI’nin nedensellik testi sonuçları için test edilen sıfır hipotezi;

“**H3** $_0$: GSYIH, GINI’nin nedeni değildir” şeklinde,

Model 4 için GSYIH ve GINI’nin nedensellik testi sonuçları için test edilen sıfır hipotezi;

“ H_{40} : NBY, GINI'nın nedeni değildir” şeklinde ifade edilmektedir.

Tablo 7. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

Birinci Model	GPM2 GSYH'nin Nedeni Değildir		GSYIH GPM2'nin Nedeni Değildir	
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}
p-value	0.1717	0.6150	0.0000*	0.0087*
İkinci Model	GPM2 NBY'nin Nedeni Değildir		NBY GPM2'nin Nedeni Değildir	
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}
p-value	0.0000*	0.0000*	0.0000*	0.0081*
Üçüncü Model	GSYIH GINI'nın Nedeni Değildir		GINI GSYIH'nin Nedeni Değildir	
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}
p-value	0.6798	0.4231	0.0099*	0.0320**
Dördüncü Model	NBY GINI'nın Nedeni Değildir		GINI NBY'nin Nedeni Değildir	
	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}	$Z_{N,T}^{HNC}$	Z_N^{HNC}
p-value	0.0000*	0.0092*	0.0000*	0.0108**
Anlam düzeyleri sırası ile (*) %1, (**) %5 ve (***) %10 olarak ifade edilmiştir.				

Tablo 7' daki bulgulara göre; **Model 1**'de GPM2'den GSYIH' ye doğru bir nedensellik ilişkisi görülmezken, GSYIH' den GPM2'ye doğru %1 anlam düzeyinde **tek yönlü bir nedensellik ilişkisi** görülmektedir. **Model 2**'de GPM2'den NBY' ye doğru ve NBY' den GPM2'ye doğru %1 anlam düzeyinde **iki yönlü bir nedensellik ilişkisi** söz konusudur.

Model 3'te test sonuçları GSYIH' den GINI' ya doğru bir nedensellik ilişkisini göstermezken, GINI' dan GSYIH' ye doğru %5 anlam düzeyinde **tek yönlü bir nedensellik ilişkisini** desteklemektedir. **Model 4**'de ise bulgular

NBY' den GINI' ya doğru ve GINI' dan NBY' ye doğru %5 anlam düzeyinde **iki yönlü bir nedensellik ilişkisinin** kanıtını sunmaktadır.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Finansal sektör gelişiminin ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılmasına önemli bir katkı sağlayabileceğini gösteren literatürde çok sayıda çalışma mevcuttur. Finansal sektör gelişimi; sermaye birikimi ve faiz oranı üzerindeki etkisiyle uzun vadeli büyümeyi artırabildiği için finansal hizmetlere erişimi kolaylaştırmaktadır. Genel büyümeyi etkileyen yatırım ve üretkenliği artıran benzer kanallar aracılığıyla yoksulluğun azaltılması mümkün olmaktadır.

Bu anlamda finansal gelişme ile yoksulluk ilişkisinin incelenmesi önem arz etmektedir. Çalışmada, seçilen 28 OECD ülkesinin 2002-2018 dönemini kapsayan dönem için Geniş Para Arzı M2(GPM2), GSYİH Büyümesi (GSYIH), Nüfus Büyüme Oranı (NBY) ve Gini Endeksi (GINI) yıllık verileri kullanılarak finansal gelişmelerin gelir eşitsizliği (yoksulluk) üzerindeki etkileri Panel Veri Analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın analiz kısmında; verilere Delta Homojenlik Testi, Yatay Kesit Bağımlılık Testi, Panel Birim Kök Testleri, Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünlüşme Testi ve Dumitrescu ve Hurlin 2012 Panel Nedensellik Testi uygulanmıştır. Delta homojenlik testine göre, %1 anlam düzeyinde tahmin edilmiş ve verilerin eğim katsayılarının heterojen dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Yatay kesit bağımlılığı test sonuçları ise; CD test %5 anlam düzeyinde, LMadj test %1 anlam düzeyinde ülkeler arasında incelenen değişkenler açısından yatay kesit bağımlılığının olduğunu göstermektedir. Heterojen dağılım gösteren ve yatay kesit bağımlılığı içeren verilere ikinci kuşak Hadri birim kök testi uygulanmış ve sonuçlar; NBY değişkeninin %5 anlam düzeyinde ve diğer değişkenlerin %1 anlam düzeyinde durağan olduğunu bir başka ifade ile birim kök içermediğini göstermiştir.

Ön testlere göre seçilen Gengenbach, Urbain ve Westerlund Panel Eşbütünlüşme Testi sonuçları ise 4 farklı modele göre şu şekildedir: Model 1 için eşbütünlüşme test sonuçları, GPM2 ve GSYIH değişkenleri arasında eşbütünlüşme ilişkisinin olduğunu, Model 2 için eşbütünlüşme test sonuçları, GPM2 ve NBY değişkenleri arasında eşbütünlüşme ilişkisinin olduğunu, Model 3 için eşbütünlüşme test sonuçları, GSYIH ve GINI değişkenleri arasında eşbütünlüşme ilişkisinin olduğunu ve Model 4 için eşbütünlüşme test sonuçları, NBY ve GINI değişkenleri arasında eşbütünlüşme ilişkisinin bulunmadığını göstermektedir. Buna göre eşbütünlüşme test sonuçları doğrultusunda finansal gelişmelerin gelir yoksulluk göstergesini tek yönlü etkilediğini söylemek mümkündür. Dumitrescu ve Hurlin 2012 Panel Nedensellik Testi sonuçlarına

göre, Model 1’de GPM2’den GSYIH’ye doğru bir ilişki görülmezken GSYIH’den GPM2’ye doğru %1 anlam düzeyinde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi söz konusudur. Model 2’de GPM2’den NBY’ye doğru ve NBY’den GPM2’ye doğru %1 anlam düzeyinde iki yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Model 3’te GSYIH’den GINI’ya doğru bir ilişki görülmezken GINI’dan GSYIH’ye doğru %5 anlam düzeyinde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi gözlenmiştir. Son olarak Model 4’de NBY’den GINI’ya doğru ve GINI’dan NBY’ye doğru %5 anlam düzeyinde iki yönlü bir nedensellik vardır.

Buna göre; ekonomik büyümenin, para arzının ekonomik büyümeye oranını etkilemediğini söylemek mümkündür. Benzer şekilde, finansal gelişmişlik düzeyini ölçmede kullanılan geniş para arzındaki (GPM2) artışın ekonomik büyümenin nedeni olmadığı da görülmektedir. Aynı zamanda, düşük gelir düzeyine sahip yoksul kesimin finansal araçlara erişebilirliğinin kolaylaştırılması finansal gelişimin sağlanmasına da katkı sağlayacaktır. Finansal sektörün gelişimi açısından yoksul kesimin ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik daha geniş araştırmalar yapılması, finans sektörünün politika yapıcılar tarafından desteklenmesi ile yoksullukla mücadelenin teşvik edilmesi ve politikaların belirlenmesi önem arz etmektedir. Finansal gelişme ve yoksulluk ilişkisi ile ilgili yapılacak çalışmalarda daha geniş örnekleme ve uzun dönem için değişkenler arasındaki ilişkilerin farklı ekonometrik yaklaşımlarla incelenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abosedra, S., Shahbaz, M. ve Nawaz, K. (2015). “Modeling Causality between Financial Deepening and Poverty Reduction in Egypt”, Online at [https://mpa.ub.uni-muenchen.de/67166/MPRA Paper No. 67166](https://mpa.ub.uni-muenchen.de/67166/MPRA_Paper_No._67166), posted 11 Oct 2015 09:32 UTC. ss. 1-31.
- Akhter, S., Liu, Y., ve Daly, K. (2009) “Cross Country Evidence on the Linkages between Financial Development and Poverty,” *International Journal of Business and Management*, C: 5, No:1, ss. 3-19.
- Azra, Khan, D., Ahmad E. ve Jan U. W. (2012). “Financial Development and Poverty Alleviation: Time Series Evidence from Pakistan”, *World Applied Sciences Journal* C:18, No:11, ss. 1576-1581.
- Besong, J. (2016). “Financial Sector Development, Income Inequality and Human Welfare in Sub Saharan Africa”. Doctoral thesis, University of Huddersfield.
- Birinci, E., (2015). “Ar-Ge Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: İçsel Büyüme Modeli Zaman Serisi Analizi”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Bozkurt, C. (2015). "R&D Expenditures and Economic Growth Relationship in Turkey". *International Journal of Economics and Financial Issues*, C:5, No:1, ss. 188-198.
- Duman, K. ve Aydın, K. (2018). "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları ile GSYİH İlişkisi.", *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 2018; C:4, No:1, ss. 49-66.
- Easterly, W. ve Fischer, S. (2001), "Inflation and the Poor," *Journal of Money, Credit and Banking*, C:33, No:2, ss. 160-178.
- Ellahi, N. (2011). "How development of finance contributes to poverty alleviation and growth: A time series application for Pakistan," *African Journal of Business Management*, C:5, No:30, ss. 12138-12143.
- Fowowe, B., ve Abidoye, B. (2012). "A Quantitative Assessment of the Effect of Financial Development on Poverty in African Countries," ss.1-20. <https://www.researchgate.net/publication/228766173>.
- Green, C. J., Kirkpatrick, C. H., ve Murinde, V. (2006). "Finance for Small Enterprise Growth and Poverty Reduction in Developing Countries," *Journal of International Development*, C:18. No:7. ss. 1017-1030.
- Ho, S., ve Odhiambo, N. (2011). "Finance and Poverty Reduction in China: An Empirical Investigation," *The International Business & Economics Research Journal*, C:10, No:8, ss. 103-113.
- Jalilian, H., ve Kirkpatrick, C. (2001). "Financial Development and Poverty education in Developing Countries," *International Journal of Finance & Economics*, C:7, No:2. ss. 97-108.
- Jalilian, H., ve Kirkpatrick, C. (2005). "Does Financial Development Contribute to Poverty Reduction?," *Journal of Development Studies*, C:41, No:4, ss.636-656.
- Janvry D. A. ve Sadoulet, E. (2000), "Growth, poverty, and inequality in Latin America a causal analysis, 1970-1994," *Review of Income and Wealth*, C:46, No:3, ss. 267- 287.
- Jeanneney, S. G., ve Kpodar, K. (2011). "Financial Development and Poverty Reduction: Can There be a Benefit without a Cost?," *Journal of Development Studies*, C:47, No:1, ss.143-163.
- Kappel, V. (2010). "The Effects of Financial Development on Income Inequality and Poverty," *Proceedings of the German Development Economics Conference, Hannover 2010*, No:25, ss. 1-4.
- Nindi, A., ve Odhiambo, N. (2015). "Poverty and Economic Growth in Swaziland: An Empirical Investigation," *Managing Global Transitions*, C:13, No:1, ss. 59-74.
- Odhiambo, N. M. (2009a). "Financial Deepening and Poverty Reduction in Zambia: Electricity consumption and economic growth in South Africa: A trivariate causality test," C:37, No:1, ss. 41-53.

- Odhiambo, N. M. (2009b). "Financial Deepening and Poverty Reduction in Zambia: An Empirical Investigation." *International Journal of Social Economics*, C:37, No:1, ss. 41-53.
- Odhiambo, N. M. (2010). "Is Financial Development A Spur To Poverty Reduction? Kenya's Experience." *Journal of Economic Studies*, C:37, No:3, ss, 343-353.
- Omar, M. A. ve Inaba, K. (2020). "Does financial inclusion reduce poverty and income inequality in developing countries? A panel data analysis", *Journal of Economic Structures*, C:9, No:37, ss. 1-25.
- Kheir, V.B. (2018). "The nexus between financial development and poverty reduction in Egypt", *Review of Economics and Political Science*, C:3, No:2, ss. 40-55.
- Singh, R. J. ve Huang, Y. (2015). "Financial deepening, property rights, and poverty: Evidence from Sub Saharan Africa." *Journal of Banking and Financial Economics*, C:1, No:3, ss. 130- 151.
- Shahbaz, M. ve Rehman, I. U. (2013). "Multivariate–Based Granger Causality between Financial Deepening and Poverty: The Case of Pakistan", Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/50834/>, MPRA Paper No. 50834, posted 22 Oct 2013 06:15 UTC. ss. 1-43.
- Shahbaz, M., Afza, T. ve Shabbir, M. (2013). "Financial Development, Domestic Savings And Poverty Reduction in Pakistan: Using Cointegration And Granger Causality Analysis," *International Journal of Economics and Empirical Research (IJEER)*, C:1, No:5, ss. 59–73.
- Shahbaz, M., Afza, T. ve Shabbir, M. (2013). "Financial Development, Domestic Savings And Poverty Reduction in Pakistan: Using Cointegration And Granger Causality Analysis," *International Journal of Economics and Empirica Research (IJEER)*, C:1, No:5, ss. 59-73.
- Pradhan, R. P. P. (2010). "The Nexus between Finance, Growth and Poverty in India: The Cointegration and Causality Approach," *Asian Social Science*, C:6, No: 9, ss. 114–122.
- Ramey, G. ve V.A Ramey, (1995). "Cross-country Evidence on the Link Between Volatility and Growth," *American Economic Review*, C:85, No:5, ss. 1138-1151.
- Ravallion, M., (2001), "Growth, Inequality and Poverty: Looking Beyond Averages," *World Development*, C:9, No:11, ss. 1803-1815.
- Ünver, Ö. (2017). "OECD Ülkelerinde Ar-Ge Harcamalarının Büyüme Üzerine Etkileri: Panel Veri Analizi (1996-2015)," *Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science*. C: 4, No: 15. ss. 165-177.
- Uddin, G. S., Shahbaz, M., Arouri, M., ve Teulon, F. (2013). "Financial Development and Poverty Reduction Nexus: A Cointegration and Causality Analysis in Bangladesh," *Economic Modelling*, No:36, ss. 405–412.

Zahonogo, P. (2017). “Financial Development and Poverty in Developing Countries: Evidence from Sub Saharan Africa”, *International Journal of Economics and Finance*, C: 9, No: 1, ss. 211-220.

4. BÖLÜM

ÇOK TARAFLI TİCARET SİSTEMİNE TEHDİTLER VE DTÖ 2.0

Doç. Dr. Derya HEKİM

Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

deryay@uludag.edu.tr

.... adına barış birliği (foedus pacificum) diyebileceğimiz ve de barış anlaşması(pactum pacis) 'ndan farklı olarak özel mahiyette ülkeler arasında bir birlik olmalıdır. Aradaki fark ise barış anlaşması sadece bir savaşı bitirirken; barış birliği sonsuza kadar savaşı bitirir.

Immanuel Kant (1795)

GİRİŞ

20 yy'ın başı ülkelerin kıyasıya çatıştıkları bir dönem olarak tarihe geçmiştir. I. Dünya Savaşının hemen ardından harap olmuş ekonomilerine destek sağlamak isteyen ülkeler birbirleri ardına korumacılık önlemlerine başvurmuşlardır. Misillemelerle devam eden bu süreçte Dünya ticareti yaklaşık olarak %65 daralmış ve ekonomiler bu çatışmalar altında II. Dünya Savaşına doğru sürüklenmişlerdir.

II. Dünya Savaşı sonrası ise ülkeler daha kooperatif adımlar atmışlardır. Kant'ın ebedi barış felsefesinin uzantısı olarak uluslararası liberal sistem, çatışmayı önlemek adına ülkelerin uluslar üstü kurumlar ve anlaşmalarla birbirlerine bağlanması ile şekillenmiştir. Bu kapsamda ticaretin serbestleştirilmesi amacıyla 23 ülke 1947 yılında Gümrük Tarifleri ve Ticaret Genel Anlaşması(General Agreements on Tariffs and Trade, GATT)'nı

imzalamışlardır. Parasal alanda Bretton Woods (IMF ve Dünya Bankası) ve Birleşmiş Milletler(BM)'de sistemin diğer unsurlarıdır.

GATT ticaretin serbestleştirilmesini hedefi ile geçici statüde kurulmuştur. Müzakere turları ve bu turların sonunda varılan anlaşmalar sonucunda tarife indirimleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yedi tane müzakere turu yapılmış, sekizinci tur olan 1994 Uruguay Turunda GATT, Marakeş Antlaşması ile daha kurumsal bir yapı olan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne dönüşmüştür.¹

GATT/DTÖ çok taraflı ve kurala bağlı bir ticaret sistemi oluşturmuştur. En önemli ilkesi ise *ayrısız ticarettir*.² Bir ülke başka bir ülkeye bir tarife imtiyazı sağlıyorsa bunu diğer tüm DTÖ üyelerine sağlamalıdır. Gelişmekte olan ülkeler “*özel ve farklı davranış (special and differential treatment)*” ilkesi kapsamı altında bazı tarife indirimlerinden muaf tutulmuştur. Bu uygulama geliştirmekte olan ülkeleri müzakere masasına oturabilmek için o dönemde gerekli görülmüştür. Bhagwati vd. (2014)'ne göre çok taraflı ticaret sisteminin asıl başarısı geliştirmekte olan ülkeleri ticaret sistemine entegre edebilmesidir.

GATT/DTÖ'de oybirliği ile karar alınmaktadır. Müzakere turunun sonuçlanması ve karara varılması halinde ülkeler alınan kararların tamamını kabul etmiş olmaktadır. Bu durum karar alma süreçlerini uzatırken ülkeleri kararın çıkması için bazı tavizler vermeye de zorlar.³

GATT/DTÖ'nün en önemli unsurlarından biri ise Anlaşmazlıkları Çözüm Organıdır (Dispute Settlement Body, DSB). Şikayetleri olan ülkenin başvurusu ile başlayan süreç bağımsız jürilerin atanması ve rapor bildirmesi ile sonuçlanmakta, aksine konsensus olmadığı takdirde rapor kabul edilmektedir. Bu sayede ülkelerin diğer ülkelerle ilgili şikâyetlerinin bir ticaret savaşına dönüşmeden çözümlenmesi hedeflenmektedir.

Çok taraflı ticaret sistemi -GATT/DTÖ- ticaretin serbestleştirilmesine katkı sağlamış, tarife oranları Dünya'da ortalama olarak %5'lerin altına

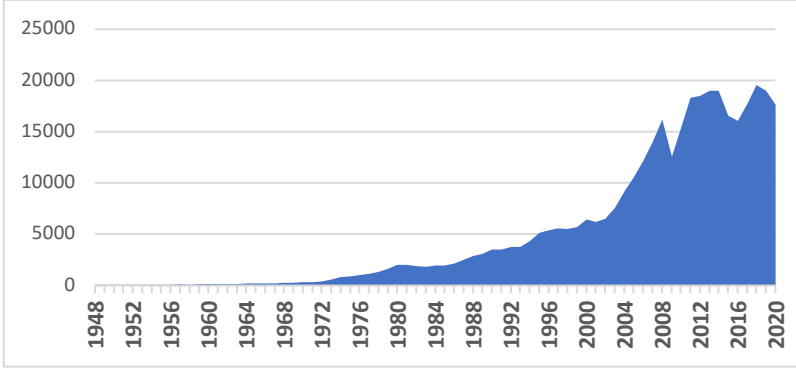
¹ Dünya Ticaret Örgütü'nü kuran Marakeş Antlaşması mal ticareti ile ilgili hükümlerin olduğu GATT anlaşmasını ekine almıştır. Ayrıca anlaşmanın eklerinde Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS), Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPs), Anlaşmazlıkların Halli Kural ve Yöntemleri Hakkındaki Mutabakat Metni, Ticaret Politikalarını Gözden Geçirme Mekanizması, Çoklu (Plurilateral) Ticaret Anlaşmaları (Sivil Uçak Ticareti Anlaşması, Devlet Alımları Anlaşması, Uluslararası Süt Ürünleri Anlaşması, Uluslararası Sığır Eti Anlaşması) yer almaktadır. Kısaca GATT sadece mal ticaretini kapsarken, DTÖ daha geniş kapsamlıdır.

² Ayrısız ticaret; en çok kayırılan ülke kuralı (most favoured nation) ve ulusal davranış ilkeleri ile sağlanmaktadır. En çok kayırılan ülke kuralı; bir ülkenin bir ticari partnerine tarife indirimi yapması halinde diğer DTÖ üyelerine de tarife indirimi yapması gerekliliğini ifade etmektedir. Bunun bir istisnası Bölgesel Ticaret Anlaşmalarıdır (Madde 24). Ulusal davranış ilkesine göre ise bir ülke yerli mallarla ithal mallar arasında vergi, standart vb. hiçbir farklı uygulamaya gidemez.

³ DTÖ literatüründe bu durum “single undertaking” olarak bilinir.

düşmüştür. 1980'lerden sonra liberalleşmenin hızlanması ile de birlikte Dünya ticareti hızla artmıştır (Bkz. Şekil. 1). 1980'den 2018'e artış yaklaşık 9 kat olmuştur. Bu süre içinde birçok ülke daha liberal ticaret sistemini tercih etmiş ve DTÖ'ye katılmıştır. DTÖ'nün bugün 164 üyesi bulunmaktadır ve bu üyeler Dünya ticaretinin yaklaşık olarak %98'ini oluşturur.

Şekil.1 Dünya Ticaretinin Gelişimi (Milyar ABD \$)



Kaynak: WTO Statistics

Ancak son dönemde çok taraflı ticaret sisteminin değişen küresel sorunları çözmekte yetersiz kaldığı daha fazla tartışılmaktadır. Bu sorunların çözümü ve daha sıkı kurullarla bağlanan ticaret ilişkileri kurmak için ülkeler, Bölgesel Ticaret Anlaşmaları (BTA) imzalamaya başlamışlardır. Ticaretin çok taraflı yapıdan çıkıp ikili yapıya dönüşmesi, çok taraflı ticaret sisteminin sonu mu geldi sorularının daha fazla sorulmasına neden olmuştur. Buna ek olarak, ABD ve Çin arasındaki ticari gerilimler ve DTÖ'nün bu konuda yetersiz kalması da eleştirilmiştir.

2018 yılının ortasında Avrupa Birliği (AB), DTÖ'nün yenilenmesi için bir çalışma başlatmıştır. Yine Kanada benzer düşünen ülkelerle bakanlar düzeyinde bir konferans düzenlemiş ve DTÖ'nün reformu masaya yatırılmıştır. Kasım 2019'da ise Çin 34 DTÖ üyesi ile birlikte bu konunun tartışıldığı bir toplantı düzenlemiştir. Çok taraflı ticaret sistemi bu şekilde stres altında iken Covid-19 salgını patlak vermiş ve DTÖ koordineli bir tutum sergilememekle kendini eleştirilerin odağında bulmuştur. Bu analizde öncelikle çok taraflı ticaret sistemi önündeki üç önemli tehdit değerlendirilecektir. Buradan çıkarılan derslerle DTÖ'nün yeniden yapılandırılması tartışılacaktır.

DÜNYA TİCARETİNDE YAPISAL DEĞİŞİMLER

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler üretim sürecinin parçalanmasına ve farklı ülkelerde gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır. Sanayileşme için küresel tedarik zincirlerinin bir parçası olmak ve bu doğrultuda yatırımlara ev sahipliği yapabilmek önemli hale gelmiştir. Bu konuda Çin başarılı bir örnek olarak ön plana çıkmaktadır. Yirmi yılda imalat sanayinin payını %3'ten %19'a çıkarmıştır. Oysa İngiltere ve ABD'nin sanayileşmesi yüzyıllar almıştır (Baldwin, 2014). Dünya Ticaret Raporu (2011), üretimin bir bölümünün fasonlaşp düşük ücretli ülkelere gitmesi sonucu ticarete serbestleşmenin önemine vurgu yapmaktadır. Bu yeni ticaret biçimi, ticaret ile ilgili yeni konuları da gündeme getirmiştir. Ülkeler; bir başka ülkede yatırım yaptıklarında sadece sermayesini değil, teknik, yönetim ve pazarlama bilgisini de riske atmaktadır. Artık fikri mülkiyet haklarının korunması, ticaret-yatırım-hizmetler ilişkisi gibi konular ön plana çıkmıştır.

Gelişmekte olan ülkelerin Dünya ticaretinde payı giderek artmaktadır. Çin Dünyanın en önemli ihracatçısı konumuna gelmiştir. Çin ve Rusya'nın Dünya ticaretinde daha fazla rol oynaması hükümet alımları, kamu iktisadi teşekkülleri, rüşvet gibi konuların uluslararası ticarete yansımaya neden olmuştur. Üstelik bu ülkelerin gelişmekte olan ülke statüsünde ayrıcalıklı haklara sahip olması diğer ülkelerin de tepkisini çekmektedir. ABD Başkanı Trump da sıklıkla gelişmiş ve gelişmekte olan ülke arasındaki dikotomiye vurgulamakta ve bazı ülkelerin gelişmekte olan ülke statüsünde bu ayrıcalıklardan yararlanmalarını eleştirmektedir.

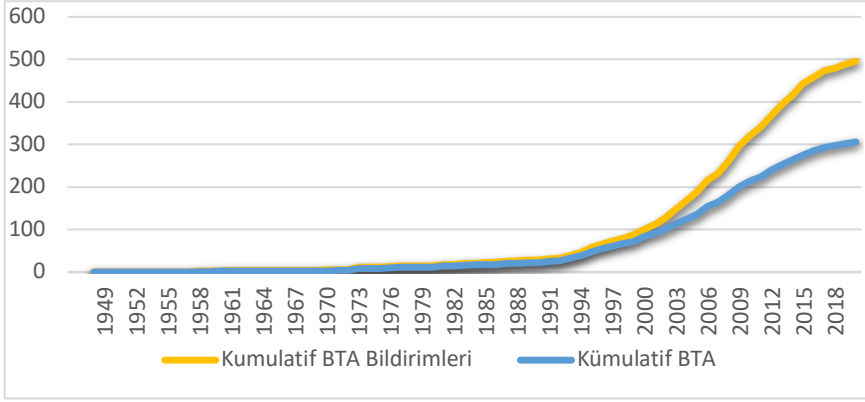
Gelişmekte olan ülkelerin DTÖ'ye daha fazla katılması DTÖ'nün oybirliği ile karar alma prosedürlerini de zorlamıştır. Zaten 164 ülkenin oybirliği ile karar alması zorken bu ülkelerin ortak hareket ederek bazı kararları bloke etmesi müzakerelerin tamamlanmasını engellemektedir. Doha Kalkınma Turu 2001 yılında başlamış ama hala çok taraflı bir anlaşma sağlanamamıştır. Bunun çok önemli bir sonucu ise çok taraflı ticaret sisteminin en son anlaşma olan 1994 anlaşması ile işliyor olmasıdır. Oysa 1994'ten sonra gündemimize giren e-ticaret, dijital ticaret, yapay zekâ, nesnelere interneti gibi yeni konular kural bazlı ticaret sisteminde yer bulamamıştır.

BÖLGESEL TİCARET ANLAŞMALARI (BTA)

Dünya ticaretinde meydana gelen yapısal değişimler ve DTÖ'nün yeni sorunlarda yetersiz kalması ülkelerin bu sorunları Bölgesel Ticaret Anlaşmaları ile çözmelerine yol açmıştır. Şu anda Dünya'da 306 BTA bulunmaktadır (Bkz.

Şekil.2). 1990'ların ortasından sonra BTA'larda hızlı bir artış yaşanmıştır. BTA kapsamında ülkelerin ticaret partnerlerine daha ayrıcalıklı davranması aslında DTÖ'nün ayrımsız ticaret ilkesine ters düşmektedir. Ancak Marakeş Anlaşmasının 24. maddesi bu konuda istisna tanımakta ve eğer BTA sonucunda serbestleşme artıyor ve diğer ülkelerin ticareti engellenmiyorsa BTA'lara izin vermektedir.⁴

Şekil 2. Bölgesel Ticaret Anlaşmalarının Gelişimi



Kaynak: <https://rtais.wto.org/>

Bu anlaşmalar DTÖ hükümlerinin yanında DTÖ kapsamında yer almayan, veri koruma, rekabet politikası, fikri ve mülkiyet hakları, görsel işitsel hizmetler gibi alanları da kapsamaktadır. Giderek daha fazla hüküm içeren yeni nesil anlaşmalar “derin ticaret anlaşmaları” olarak adlandırılmaktadır.⁵ Bu anlaşmalarla birlikte ülkeler birçok alanı düzenlemişlerdir. Özellikle fikri mülkiyet hakları, yatırımcı devlet ilişkilerini düzenleyen hükümlerin anlaşmalarda daha fazla yer alması küresel tedarik zincirlerinin gelişimi ile de paralellik göstermiştir. Bu konuda yapılan çalışmalar derin ticaret anlaşmalarının küresel tedarik zincirlerine dayanan katma değerli ticareti arttırdığını bulmuşlardır.⁶

BTA'lar iki ülke arasındaki ticareti serbestleştirirse de üçüncü ülkelere karşı ayrımcıdır. Bu nedenle Bhagwati (1993), Krugman (1991) gibi bazı iktisatçılar BTA'lara daha çekimser bakmaktadır. Ancak literatürde birçok çalışmada BTA'ların ticareti arttırdığı sonucuna varılmıştır.⁷ BTA'larla ilgili bir diğer

⁴ GATT 1947'de aynı istisna maddesi vardır. Bu müzakereler esnasında ABD ayrımcılık karşıtı iken İngiltere, İngiliz Milletler Topluluğu üyeleri ile ticaret bağlarını devam ettirmek için böyle bir istisna talep etmiş ve bunu kabul ettirmiştir (Elliot, 2018).

⁵ Horn, vd.,2010.

⁶ Osagno, vd. (2018).

⁷ Frankel ve Wei, 1998; Saggi ve Yıldız, 2009; Estevadeordal vd.,2008, Calvo-Pardo vd., 2009, Petri ve Pluumer, 2016

tartışma konusu ise BTA'ların çok taraflı ticaretin gelişimini engelleyip engellemeyeceğidir. Bhagwati (1993), bölgeselleşmenin Dünya'yı bloklara böleceğini savunur. Ancak Baldwin ve Freund (2011), ülke BTA'lar kapsamında serbestleştikçe ihracatçıların güç kazanacağını ve çok taraflı ticaret müzakerelerinde daha istekli olacaklarını vurgularlar. Ayrıca bölgesel anlaşma müzakereleri rekabetçi liberalleşmeye de neden olduğuna dair birçok kanıt vardır. Örneğin Avrupa'da ortak pazarın kurulması, ABD ve Japonya'nın teşvikleri ile DTÖ kapsamındaki Kenedy müzakerelerini hızlandırmıştır. 1993'te NAFTA'nın imzalanması yine Uruguay müzakerelerine hız kazandırmıştır.

Her ne kadar BTA'lar kendi içinde serbestleşmeyi sağlasa da çok taraflı ticaret sistemine en önemli tehdittir. Çok taraflı ticaret sistemi, ülkelerin karşılıklı ödün vermesine dayanır. Oysa ikili BTA'larda bunlara gerek yoktur. Çoğu hassas konu da anlaşma dışı bırakılır. DTÖ de bu anlaşmalara mesafelidir. 2006'da DTÖ kapsamında bir komite kurulmuş ve komiteden 24. madde kapsamında bu anlaşmaların izlenmesi istenmiştir. Bu mekanizmaya üye ülkeler BTA imzalamadan ilgili anlaşma ve eklerini DTÖ'ye bildireceklerdir.

COVID-19 SALGINI VE ETKİLERİ

2019'un son çeyreğinde Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve Dünya Sağlık Örgütü'nün Mart 2020'den itibaren Küresel pandemi olarak sınıflandırdığı Covid-19 salgını, Dünya ekonomilerine ağır bir darbe vurmuştur. Ülkeler, özellikle 2020'nin ikinci yarısında yaşanan sokağa çıkma yasaklarının da etkisiyle, rekor düzeyde ekonomik kayıplar yaşamışlardır. Salgında ikinci ve belki de üçüncü dalga ihtimalleri toparlanma beklentilerini de düşürmüştür. IMF, 2020'de Dünya ekonomisinin %4.4 küçüleceğini tahmin etmektedir.⁸

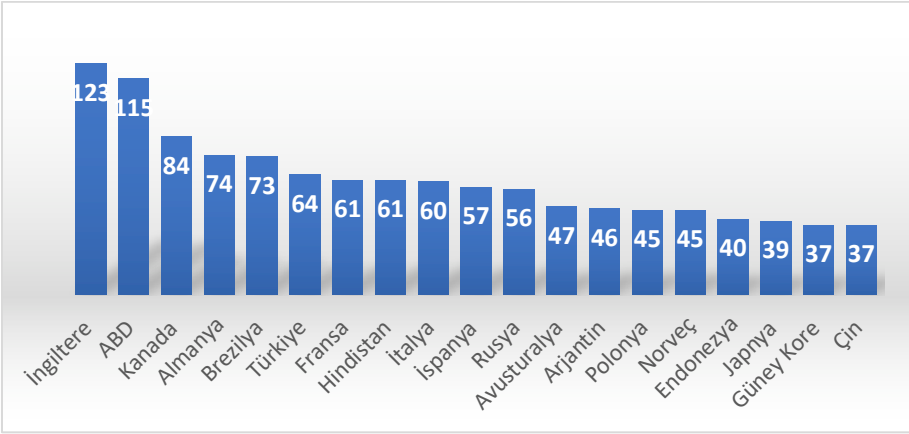
Küresel salgın kuşkusuz uluslararası ticarete de ağır bir darbe indirmiştir. DTÖ Dünya ticaretinin 2020'de %13 ile %32 arasında küçülmesini beklemektedir. 2019'da ABD ve Çin arasında başlayan ve yayılan ticari gerilimler sonucu küresel ticaret zaten dolar bazında %3 küçülmüştür. Salgın sonrası toparlanmanın da kolay olmayacağı beklenmektedir. Küresel çapta böyle bir salgın ekonomik birimlerin riskten kaçınma davranışlarını attırmalarına yol açabilecektir. Jorda vd. (2020), 14. yy'dan başlayarak küresel

⁸ Dünya Ekonomik Görünüm Raporu, Ekim 2020 tahminidir. Aslında Nisan 2020 raporunda IMF Dünya ekonomisinin 2020'de %3.3 küçüleceğini tahmin etmiştir. Ama ikinci dalganın Avrupa'da ağır seyretmesi ve rekor vaka artışları sonucu büyüme tahminlerini aşağı doğru revize etmiştir.

salgınların ekonomik etkilerini inceledikleri çalışmalarında, salgın sonrası ekonomik birimlerin kişisel tasarruflarını artırma eğiliminde olduklarını göstermişlerdir. Üstelik bu etki yaklaşık 40 yıl kadar sürmektedir. Kısaca salgın sonrası talebin toparlanması kolay olmayacaktır. Bunun yanında risk algısının değişmesi küresel tedarik zincirlerinde çeşitlenmeye gidilmesini de gerekli kılmıştır. Bu doğrultuda ticaretin salgın sonrası kısa süre içinde toparlanmasını beklemek iyimserlik olur.

Her kriz sonrasında olduğu gibi Covid-19 küresel sağlık krizi sonrasında da korumacılık artış göstermiştir. Global Trade Alert'in verilerine göre 2020 başından beri ilk on ayda Dünya Geneline 1535 korumacılık önlemi uygulanmıştır. İngiltere korumacı önlemler alan ülkelerde başı çekmektedir (Bkz. Şekil.3). DTÖ kapsamında imzalanan anlaşmalar sayesinde ilaç, tıbbi malzeme⁹ ve ventilatörde ithalat vergileri %2.1 düzeyinde ve tıbbi araçlarda vergiler %3.4 düzeyindedir¹⁰. Ancak koruyucu ekipman, eldiven, maske gibi mallarda ülkeler ihracat kısıtlamalarına gitmişlerdir.

Şekil 3. Ülkelerin Uyguladığı Korumacı Önlemler (Ocak-Ekim 2020)



Kaynak: Global Trade Alert

DTÖ salgının etkilerini hafifletmek ve korumacılığın önüne geçebilmek üzere aktif bir rol oynayamamış ve eleştirilere maruz kalmıştır. Üstelik küresel salgın ekonominin yapısal değişimlerine de ivme kazandırmış ve DTÖ'nün bu konudaki eksikliklerini de daha fazla su yüzüne çıkarmıştır. Küresel salgın dijitalleşmeyi hızlandırmış, e-ticaret ivmelenmiştir. Yapay zekâ ve nesnelerin

⁹ DTÖ kapsamında 1995 yılında *sıfıra sıfır inisiyatifi* olarak da bilinen ilaç anlaşması imzalanmıştır. 34 ülkenin imzaladığı bu anlaşma sayesinde tarife oranları düşürülmüştür.

¹⁰ Tıbbi araçların birçoğu 2015 yılında imzalanan Bilgi Teknolojileri Anlaşması (Information Technologies Agreement, ITA) kapsamına girdiğinden genel olarak tarife düşüşü sağlanmıştır.

interneti imalat sanayiinde değişimi başlatmıştır. Bu doğrultuda kişisel verilerin güvenliği, sınır ötesi veri akışı gibi konular daha çok gündeme gelmiştir. Bu yeni üretim ve ticaret modellerine 1994 kuralları ile cevap vermek şüphesiz ki mümkün değildir. Öbür yandan yaşanan kamu sağlığı krizi de uluslararası koordinasyonun önemini gözler önüne sermiştir.

SONUÇ: DTÖ 2.0

Çok taraflı ticaret sistemi, 1947 sonrası Dünya ticaretinde serbestleşmeye yardımcı olmuş, bu sayede uluslararası ticaret ve küresel büyüme de ivmelenmiştir. Ancak son yirmi yılda çok taraflı ticaret sistemi birçok cepheden saldırıya uğramıştır. Bir taraftan küresel ölçekte değişen ekonomik yapı yeni kuralları gerekli kılmış diğer taraftan genişleyen DTÖ’de yeni bir çok taraflı ticaret sistemi kuralları belirlemek imkânsız hale gelmiştir. Bu da ülkelerin kendi aralarında kendi ihtiyaçları doğrultusunda BTA’lar imzalanmalarına yol açmıştır. BTA’larla ülkelerin ticaretini kendi aralarında serbestleştirirlerken üçüncü ülkelere karşı ayrımcı olabilmektedir. Üstelik gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkelerin ikili anlaşmalarında güç asimetrisi problemi de ortaya çıkmaktadır.

Covid-19 küresel salgını çok taraflı ticaret sisteminin düzenlenmesi gerekliliğini yeniden gün yüzüne çıkarmıştır. Salgının başlaması ile birlikte sağlık ekipmanlarında ihracat kısıtlamaları baş göstermiştir. Aşı çalışmalarının olumlu seyretmesi ve aşının ticareti aşamasına geçilmesi muhtemelen daha ağır ticaret sorunlarını gündeme getirecektir.

Covid-19 salgını tüm uluslar için ortak bir tehdit niteliğindedir. Üstelik ulusların karşısında iklim krizi, gıda kıtlığı gibi daha birçok tehdit bulunmaktadır. Bu doğrultuda ülkelerin ortak çıkardan ziyade ortak bir riskten kaçınma davranışı içerisinde anlaşmaları ve kooperatif davranmaları olasıdır. Kısaca, DTÖ yine barış ve istikrar hedefine odaklanmalıdır. Tek fark tehdit ortaktır.

Kuşkusuz DTÖ’nün 164 üyesi ile birlikte oybirliği ile karar alması oldukça zordur. Bunun yerine ikili bir yapı öngörülebilir. Genel kararlarda oy birliğe ile karar alınırken, daha ihtilafli konularda “*çoklu anlaşmalar (plurilateral agreements)*” tercih edilebilir. Bu anlaşmalar tüm üyelerle karara varılamadığı durumlarda uygun olacaktır. Ülkeler zamanla bu anlaşmaların tarafı durumuna da gelebilir. *Esnek çok taraflılık (flexible multilateralism)* olarak adlandırılacak bu ikili sistem daha fazla konunun DTÖ çatısı altında tartışılmasına ve kurula bağlanmasına da olanak sunabilecektir. Bilgi Teknolojileri Anlaşması (Information Technology Agreement, ITA), çoklu

anlaşma örneğidir ve sağladığı tarife indirimleri nedeniyle salgında ülkelerin yüksek teknolojiye sağlık ekipmanlarına daha ucuza ulaşmasını sağlamıştır. Elektronik ticarete de çoklu anlaşma çabaları olmuş ancak henüz bir sonuç alınamamıştır. Benzer konular çoklu anlaşmalarda karara bağlanmalı ve uluslararası kooperasyon bu doğrultuda artırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- BALDWIN, R. (2014). WTO 2.0: Governance of Global Supply-chain Trade, , in: Richard Baldwin & Masahiro Kawai & Ganeshan Wignaraja ed. *A World Trade Organization for the 21st Century*, Edward Elgar Publishing, 12-47.
- BALDWIN, R. ve FREUND, C. (2011). Preferential Trade Agreements and Multilateral Liberalization, in Jean-Pierre Chauffour & Jean-Christophe Maur, ed., *Preferential Trade Agreement Policies for Development*, 121-14.
- BHAGWATI, J. (1993). Regionalism and Multilateralism: An Overview, in de Melo, J. and Panagariya, A. ed. *New Dimensions in Regional Integration*, Cambridge: Cambridge University Press: 22-50.
- BHAGWATI J., KRISHNA, P. ve PANAGARIYA, A. (2014). Where is the World Trade System Heading?, *Adelphi Series*, 54:450, 17-38.
- CALVO-PARDO H, FREUND C. ve ORNELAS E. (2009). The ASEAN Free Trade Agreement: Impact on Trade Flows and External Trade Barriers. *In Costs and Benefits of Regional Economic Integration*, ed. R. Barro, J Lee, forthcoming. Oxford: Oxford University Press.
- ELLIOTT, K.A. (2018). WTO and The Regional/Bilateral Trade Agreements, *Handbook of International Trade Agreements, Country, Regional and Global Approaches*, Routledge <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781351046954-3>. 17-28. (3/09/2019).
- ESTEVADEORDAL A, FREUND C. & ORNELAS E. (2008). Does Regionalism Affect Trade Liberalization Towards Non-Members? *Quarterly Journal of Economics*, 123, 1531-75
- FRANKEL, J. A., STEIN, E. ve WEI, S.-J. (1995). Trading Blocs and The Americas: The natural, The Unnatural and The Super-natural, *Journal of Development Economics*, 47(1), 61-95
- HORN, H., MAVROIDIS, P.C. ve SAPIR, A. (2010). Beyond the WTO? An Anatomy of EU and US Preferential Trade Agreements, *The World Economy*, 33(11), 1565-1588.

- JORD ,  ., S. R. SINGH ve A. M. TAYLOR (2020) Longer-Run Economic Consequences of Pandemics, *Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper* 2020-09. <https://doi.org/10.24148/wp2020-09>.
- KRUGMAN, P. (1991). The Move to Free Trade Zones, paper presented at the symposium sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City, *Policy Implications of Trade and Currency Zones*, <http://www.kansascityfed.org/publicat/sympos/1991/S91krugm.pdf>. (Erişim Tarihi: 10/09/2019)
- OSAGNO, A., N. ROCHA, ve RUTA, M. (2017). Do Deep Trade Agreements Boost Vertical FDI?, *World Bank Economic Review*, 30(1), 119–125.
- PETRI, P.A. ve PLUMMER, M.G. (2016). The Economic Effects of The Trans-Pacific Partnership: New Estimates, *Peterson Institute for International Economics*, Working Paper Series, 16-28.
- SAGGI K, ve YILDIZ H.M. (2009). Bilateralism, Pure Multilateralism, and the Quest for Global Free Trade. *Working Paper*, Southern Methodist University.
- WORLD TRADE ORGANİZATİON (2011) *World Trade Report*, Geneva: WTO.

5. BÖLÜM

STRATEJİK YÖNETİM İLE İLGİLİ ÖNEMLİ KAVRAMLAR

Öğr. Gör. Sadık KOCABAŞ

Bartın Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

E-posta: skocabas@bartin.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-9152-6769

1. GİRİŞ

Yönetim olgusu insanlık tarihi kadar eskidir. Yönetim bilimi yani bu olguyu sebep sonuç ilişkisi içerisinde araştıran sosyal bilim dalı ise 19. Yüzyılda ortaya çıkmıştır. Yönetim ile ilgili ortaya çıkan kuramlar zamanla gelişmiştir. Önce klasik yönetim yaklaşımları, sonra neo-klasik yönetim yaklaşımları, ondan sonra modern ve post-modern yönetim yaklaşımları ortaya çıkmıştır. 1970'lerden sonra gelişme gösteren post-modern yönetim yaklaşımları içinde belki de en önemlisi stratejik yönetim anlayışıdır.

Dünyada rekabetin artması ile birlikte stratejik yönetim anlayışı da kendisine daha çok uygulama alanı bulmuştur. Önceleri özel sektörde uygulansa da günümüzde hem kamuda hem de sivil toplum kuruluşlarında stratejik yönetim yaklaşımı kullanılmaktadır. Ülkemizde de kamu idarelerinin kanuni olarak stratejik plan yapma yükümlülüğü vardır. Stratejik yönetim yaklaşımının iyi bir şekilde anlaşılabilmesi ve uygulamaya geçirilebilmesi için bu yaklaşımın temel kavramlarının iyi bilinmesine ihtiyaç vardır. Bu çalışmanın amacı stratejik yönetim ile ilgili önemli olan yönetim, strateji,

vizyon, misyon, stratejik yönetim, stratejik planlama, SWOT analizi amaç ve hedef kavramlarını açıklamaktadır.

2. YÖNETİM KAVRAMI

Yönetim veya idare, belli bir amaca ulaşmak için oluşturulan bir organizasyon veya bu organizasyonun amacına ulaşabilmesi için yapılan eylem ve işlemlerdir (Gözler ve Kaplan, 2017: 7). Buna göre yönetimin hem organ olarak hem de faaliyet olarak iki farklı anlamı vardır. Mesela; “okul yönetimi tarafından alınan karar çok yanlıştır” cümlesindeki yönetim bir organı, yapıyı kastetmektedir. Değişim yönetimi, stratejik yönetim gibi kavramlardaki yönetim ifadesi ise faaliyetleri kastetmektedir.

Amaçları değişik olsa da özel veya kamu kesimi fark etmeksizin her örgütte yönetim olgusu vardır. Bir ailede, sınıfta, apartmanda, dernekte, bakanlıkta veya üniversitede yönetimi iki anlamıyla da görmek mümkündür.

Yönetimin temel özellikleri şunlardır (Eryılmaz, 2011: 4-7; Tortop vd., 1999: 17) :

- Yönetim, en az iki kişinin bulunduğu gruplarda ortaya çıkar.
- Yönetim bir süreçtir. Bu süreçte, planlama, örgütlenme, personel işleri, yöneltme, eşgüdüm, iletişim (rapor verme), bütçeleme ve denetim faaliyetleri yer alır.
- Yönetim, şekli örgütlerde hiyerarşik bir yapı ortaya çıkarır. Yani örgüt içindeki kişiler, en üstten en alta kadar görev ve yetki bağlamında ast-üst olarak konumlanmıştır.
- Yönetim faaliyetleri, uyumlu ve sistemlidir. Yani bir düzen arz eder. Bu faaliyetler, kişiler arasındaki işbirliğini sağlamaya yöneliktir.
- Yönetim, amaç veya amaçların gerçekleştirilmesine yöneliktir. Amaç birliği, yönetimlerde mutlaka bulunmalıdır.

Yönetim bilimi ve tekniklerinde zaman içerisinde ihtiyaçlar doğrultusunda değişiklikler yaşanmıştır. 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan klasik yönetim anlayışı, örgütlerde rasyonelliğe vurgu yapmış, insan ilişkilerini göz ardı etmiştir. Daha sonra neo-klasik anlayışta, bu durum eleştirilmiş ve insan ilişkilerinin de önemi vurgulanmıştır. Sonrasında örgütün bulunduğu çevre şartlarının da yönetimi etkilediği ortaya çıkarılmıştır. 1970’li yıllarda, rekabetin artması sonucu örgütlerde stratejik hedefler belirleme ihtiyacı ortaya çıkınca strateji kavramı önem kazanmıştır. 1980’lerde stratejilerin gerçekleşmesine

yönelik yönetimde katılımcılık anlayışı ön plana çıkmıştır. Günümüzde de örgütlerin en önem verdiği nokta, en iyi hizmeti, en verimli ve etkin bir şekilde verebilecek stratejilerin geliştirilip uygulanması ve amaçlara ulaşılmasıdır (Aşgın, 2008: 2-3).

3. STRATEJİ KAVRAMI

Bazı yazarlar strateji kelimesinin Eski Yunanca “stratos” (ordu) ve “ago” (yönetmek, yön vermek) kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulduğunu (Aktan, 2008: 5), bazıları ise Latince “stratum” (yol, çizgi, nehir yatağı) kelimesinden türetildiğini ifade etmektedir (Dinçer, 2003: 6).

Sözlük anlamı olarak strateji, belirli bir amaca ulaşmak için uygulanabilecek temel yönetim usulleri ve takip edilecek yolların tamamıdır (Eryılmaz, 2011: 7). Strateji, askeri bir kavram olarak literatüre girmekle birlikte zaman içerisinde yönetim alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Yönetim biliminde strateji, “bir organizasyonun amacına ulaşmak için izleyeceği yollar” anlamına gelmektedir (Aktan, 2008: 6).

İşletmeler açısından strateji; işletmeye istikamet vermek ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla, işletme ve çevresini devamlı analiz ederek uyum sağlayacak amaçların belirlenmesi, faaliyetlerin planlanması ve gerekli kaynakların yeniden düzenlenmesi sürecidir (Dinçer, 2003: 21).

Kamu kesiminde strateji ise kurumun iç ve dış analizi sonrasında amaçların, hedeflerin ve önceliklerin tespit edilmesi, bunlara ulaşabilmek için çalışma planlarının katılım sağlanarak ortaya konması ve uygulanmasıdır (Özgür, 2004: 208).

Strateji sadece işletmeler ve kamu sektöründe geçerli olan bir kavram değildir. Amacı bulunan her örgütte stratejinin varlığını görmek mümkündür. Hatta strateji yalnızca örgütlü yapılarda görülen bir kavram da değildir. Bir insan, amaçlarına nasıl ulaşması gerektiğini tahayyül ettiğinde strateji kavramı ortaya çıkar (Aşgın, 2008: 4).

4. MİSYON KAVRAMI

Misyon kelimesi, Latince’de “mittere” ya da “missus” (gitmesini sağlamak, fırlatmak, atmak) kelimesinden türetilmiştir. İngilizce “mission” kelimesinin ise Hint Avrupa dil ailesindeki “meit” (fırlatmak, atmak) kelimesinden türetildiği ifade edilmektedir (Muslu, 2014: 154).

Sözlükte görev anlamına gelen misyon kavramı, bir örgütün varlık sebebini ortaya koyar (Muslu, 2014: 154). Aynı zamanda örgütün çalışma alanını da belirleyen misyon, vizyona yönelik bir kararlılık ve görev ifadesidir (Aşgın, 2008: 5). Misyon örgütlerin yaptığı işleri, değerlerini, inançlarını, varoluş nedenlerini, sorumluluklarını gösteren bir yol haritası olarak düşünülebilir (Muslu, 2014: 155).

Misyon örgütün; neyi, nasıl, kim için yaptığını açıkça ortaya koyan kısa, net ve çarpıcı ifadelerdir. Dolayısıyla misyonun çok uzun olmaması gerekir (Aşgın, 2008: 6).

5. VİZYON KAVRAMI

Vizyon kelimesi, Latince’de “vide” (görmek) kelimesinden türetilmiştir. İngilizce “vision” kelimesinin ise Hint Avrupa dil ailesindeki “weid”, “woid” veya “wid” (görmek ve bilmek) kelimesinden türetildiği ifade edilmektedir (Muslu, 2014: 161).

Sözlükte görünüm, ülkü veya ileri görüş anlamına gelen vizyon kavramı, örgütün ulaşmak istediği geleceğinin bir resmi, bir görüntüsüdür (Aktan, 2008: 5). Vizyon; gerçekler, umutlar, hayaller, tehditler ve fırsatların bir araya gelmesi ile oluşan geleceğin resmedilmesidir. Vizyon; gelecekte, şimdi var olan konumdan daha iyi bir konumu anlatırken misyon, şu andaki durumu anlatmaktadır. (Doğan, 2002: 144-145).

Vizyon, örgütlere bugünden geleceği görebilme imkânı sağlayan, gitmek istedikleri yöne yönlendiren ve uzun vadedeki hedeflerini gösteren bir kılavuzdur (Latif ve Muslu, 2015: 15).

Başarılı olmak isteyen örgütlerin vizyonu olmalıdır. Hızlı değişimlerin yaşandığı dünyada bir örgüt vizyon belirlemezse, büyük ihtimalle geçmişe benzer bir gelecek oluşturacaktır. Böyle bir örgütün günün değişen koşullarına ayak uydurması ve başarılı olması çok zordur (Aşgın, 2008: 8).

Bir örgüt, vizyonunu oluştururken geçmişin tecrübelerinden faydalanıp geleceğe yön vermeye çalışmalıdır. Böylece vizyonun hem geçmişe hem de geleceğe vurgu yapan yönü ortaya çıkar (Özer, 2011: 455). İyi bir vizyonun net, anlaşılır, ilgi çekici, özgün, geleceği tanımlayan nitelikte, ilham verici, yol gösterici, ulaşılabilir ve yazılı olması gerekir (Latif ve Muslu, 2015: 16).

6. STRATEJİK YÖNETİM KAVRAMI

Strateji ve yönetim kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşan stratejik yönetim kavramı, 1970'lerden itibaren büyüyen, gelişen, karmaşık hale gelen örgütler tarafından, rekabet edebilmek ve sorunları çözebilmek için kullanılmaya başlanmıştır. Stratejik yönetim; zamanı, kaynakları, fırsatları iyi kullanmak, gelecek eğilimli olmak, tehditleri önceden tespit edip onlara karşı daha iyi mücadele edebilmek ve değişime ayak uydurmaktır (Eryılmaz, 2011: 7). Örgütün geleceğine yön veren stratejik yönetim, üst kademe yöneticilerinin bir işlevidir (Güçlü, 2003: 74). Bununla birlikte stratejik yönetim alt birim yöneticilerine de rehberlik eder (Aşgın, 2008: 16).

Stratejik yönetim, örgütün o anki durumunu gözler önüne seren, nereye varmak istediğini yani vizyonunu ortaya koyan, vizyona hangi yollarla ve nasıl gidileceğini tespit eden, sonra bunları uygulayıp değerlendiren faaliyetler bütünüdür (DPT, 2006: 4). Bu faaliyetler örgütün güçlü ve zayıf yanlarını ortaya çıkaran, çevredeki fırsat ve tehditleri değerlendirip izleyen bir süreci de içermelidir.

Stratejik yönetimin en önemli faydası, örgütün varlık nedenini ve gelecekte nereye varmak istediğini ortaya koymasıdır. Bu sayede, kaynakların daha verimli kullanılması sağlanacak, örgüt çalışanları örgütün şu anki durumu ile gelecekte ulaşmak istediği yeri görüp ona göre gayret gösterecek, hizmet kalitesi yükselecek ve örgüt amaçlarına ulaşacaktır. Stratejik yönetim, örgütün yönünü tayin edip bu konudaki belirsizlikleri bertaraf eder. Örgütler stratejik yönetimde analiz yaptıkları için çevreden gelecek tehditlere karşı tedbirli olur, fırsatları değerlendirme şansı artar, zayıf ve güçlü yanlarını tespit ettiklerinden daha isabetli kararlar alır. Bu yönetim uygulamaları sayesinde örgütün alt birimleri daha koordineli çalışır (Aşgın, 2008: 11-12).

Stratejik yönetimin belirli aşamaları vardır. Öncelikle örgütte geniş katılımlı bir durum değerlendirmesi yapılır. Bu aşamada GZFT (SWOT) analizi ile örgütün güçlü, zayıf yanları ve örgüt için fırsat ve tehditlerin neler olduğu belirlenir. Örgütün misyonu, vizyonu, değerleri, amaçları, hedefleri, faaliyetleri, projeleri ve değerlendirme kriterleri tespit edilir. Sonraki aşama, belirlenen stratejilerin uygulanması aşamasıdır. Stratejilerin uygulanabilmesi için örgüt yapısının ve kültürünün buna uygun hale getirilmesi ve kaynakların rasyonel dağıtılması gerekir. Uygulama aşaması devam ederken ve bu aşama tamamlandığında denetim aşaması ortaya çıkar. Burada söz konusu olan denetim performans denetimidir. İlk aşamada tespit edilen değerlendirme kriterleri vasıtasıyla uygulama devam ederken sürekli denetim faaliyeti yapılır (Aşgın, 2008: 19-21; Özer, 2011: 376-377).

7. STRATEJİK PLANLAMA KAVRAMI

Strateji ve planlama kelimeleri oluşan bir kavram olan stratejik planlama, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra işletmelerde kullanılmaya başlanmıştır. Bundan önce yönetimin fonksiyonlarından biri olan planlama, uzun dönemli planlama, kurumsal planlama, stratejik planlama ve stratejik yönetim şeklinde değişmiştir (Muslu, 2014: 152).

Stratejik yönetim ve stratejik planlama birbiri ile yakından ilişkilidir. Stratejik planlama, stratejik yönetimin bir unsurudur. Ne kadar başarılı olacağı tartışılabilir da stratejik yönetim, stratejik planlama olmadan da yapılabilir. Ancak stratejik planlama, stratejik yönetim anlayışı olmadan fayda sağlamaz (Eryılmaz, 2011: 8). Stratejik planlama daha durağan bir ortamda geleceğe yön vermeyi içermektedir. Stratejik yönetim ise sürekli değişmekte olan çevreye örgütün ayak uydurabilmesi için dinamik bir yaklaşımı içerir (Kocaoğlu ve Gülsün, 2004: 37). Stratejik planlama, stratejik yönetimin bir aşaması, bir tekniğidir (Aşgın, 2008: 50).

Stratejik planlama, örgütün bulunduğu nokta ile ulaşmayı istediği nokta arasındaki yolu çizer. Örgütün amaçlarının, hedeflerinin ve bunlara ulaştıracak usullerin belirlenmesini gerektirir. Uzun vadeli ve geleceğe yönelik bir bakış açısı taşır. Örgüt bütçesinin stratejik planda ortaya konulan amaç ve hedefleri ifade edecek şekilde hazırlanmasına, kaynak tahsisinin önceliklere dayandırılmasına ve hesap verme sorumluluğuna kılavuzluk eder. Stratejik planlama, örgütte farklı makamlardaki kişileri bir araya getiren, sahiplenilmesi gereken uzun bir süreçtir (DPT, 2006: 7, 11).

Stratejik planlama, belirli bir dönemi kapsayan, örgütün ne yaptığını, niçin yaptığını geleceğe meyilli olarak biçimlendiren ve rehberlik eden, temel karar ve eylemleri ortaya koyan disiplinli bir çabadır. Örgütün daha iyi faaliyette bulunabilmesine yardımcı olan bir yönetim vasıtasıdır. Stratejik planlama tüm örgütü içine alan bağlayıcı ve genel bir çerçeve oluşturur. Böylece, daha alt birimlerin hazırladığı planlara da rehberlik eder (Tokgöz, 2012: 11).

Stratejik planlamada örgütün hali hazırdaki durumu tespit edilmeli, vizyonu belirlenmeli, bu vizyona ulaşmak için gerekli orta ve uzun vadeli amaç, hedef ve öncelikler ortaya çıkarılmalı, performans göstergeleri geliştirilmeli ve bu göstergeler sayesinde ulaşılmak istenilen düzeye ulaşıp ulaşılmadığı takip edilmeli ve değerlendirilmelidir (Saygılı, 2014: 4).

8. AMAÇ VE HEDEF KAVRAMLARI

Amaçlar, örgütün misyon ve vizyonunu gerçekleştirebilmeleri için ulaşılmaya istenilen sonuçların genel ifadesidir. Genelde amaçlar açık uçlu tanımlardır. İstenilen sonuca ne zaman, ne ölçüde ulaşılmamasının belirtilmesinden çok, genel olarak hangi yöne gidileceğinin ya da nereye odaklanılacağına belirtilmesidir (Demirdizen, 2012: 11).

Amaçlar, örgütün misyon, vizyon ve değerleri ile uyumlu olmalıdır. Gerçekçi ve ulaşılabilir olmalıdır. Hedefler için bir çerçeve çizmelidir. Orta vadeli bir zaman dilimini içine almalıdır (DPT, 2006: 7, 32).

Hedefler ise amaçların gerçekleştirilebilmesine yönelik amaçlar dizisidir. Hedefler, amaçlara göre daha belirgin ifade edilmeli ve kısa vadeli bir süreci kapsamalıdır (Demirdizen, 2012: 11). Hedeflerin, belirli, ölçülebilir, elde edilebilir, gerçekçi ve zamana bağlı olması gerekir. Hedeflerin taşınması gereken bu özellikler akıllı hedef olarak adlandırılır (Pocket Mentor, 2009: 23). Hedeflere ulaşabilmek için yapılan işlere de faaliyet veya proje denir.

Stratejik yönetimde örgütü vizyonuna ve misyonuna ulaştırabilmek için stratejik amaçların ortaya konulmasına ve her bir stratejik amaca varabilmek için akıllı hedeflere ve her bir hedefe ulaşabilmek için de faaliyetlere ihtiyaç vardır. Buna göre yapılacak faaliyetler toplamı bir hedefe varılmasını, varılan hedefler bir stratejik amaca ulaşılmasını, ulaşılan stratejik amaçlar da örgütün vizyonuna yaklaşmasını ve misyonunu sürdürmesini sağlayacaktır.

9. SWOT (GZFT) ANALİZİ

Stratejik yönetim için önemli kavramlardan biri de SWOT analizi veya GZFT analizidir. SWOT, İngilizce strength, weakness, opportunity, threat kelimelerinin baş harfleri ile meydana gelen bir ifadedir. GZFT ise bu kelimelerin Türkçe karşılığı olan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler kelimelerinin baş harfleri ile ortaya çıkmıştır (Parlak, 2011: 747).

SWOT analizi, kurumların hem çevre analizi yapmalarını hem de iç analiz yapmalarını sağlar. İlkinde çevreden gelebilecek tehditler ve tehlikelerin ne olduğu ortaya konur. İkincisinde ise örgütün kendine has güçlü yönleri ve zayıf yönleri belirlenir. Böylece stratejik plan yapacak olan kurumlar, SWOT analizi ile birlikte buldukları konumu ve ileride olmak istedikleri konumu daha iyi tespit eder.

SWOT analizi, örgütün kendi zayıf yanlarını ortaya koyacağı için bunların giderilmesi noktasında karar vericilerin irade ortaya koymasını sağlar. Aynı

zamanda örgütün güçlü yanları belirleneceğinden bunlardan azami fayda sağlanması gibi bir neticenin de ortaya çıkması beklenir. Dış çevreden gelmesi muhtemel tehdit ve tehlikeler karşı önceden tedbir alınması örgütler için hayati önem taşır. Yine çevrenin sunduğu fırsatlardan yararlanmak da örgütün amaçlarına daha kolay ulaşmasına yardımcı olacaktır. Bu fırsatların önceden öngörülüp ona göre pozisyon alınması faydalı olacaktır.

SWOT analizinde güçlü yönler, örgütü amaçlarına ve hedeflerine taşıyabilecek örgütün kendine has olumlu yönleridir. Zayıf yönler ise örgütün başarısına ket vurabilecek örgüt içindeki noksanlıklar ve aşılması gereken olumsuz yönlerdir. Bunların tespitinde örgütün kurumsal yapısı, insan kaynakları, mali yapısı ve durumu, teknoloji ile ilişkisi, kurum kültürü gibi konular önem arz eder (DPT, 2006: 23-24).

Dış çevre çözümlenmesinde fırsatlar, örgüt dışında gelişen ve örgüte üstünlük sağlama ihtimali bulunan faktörler ve durumlardır. Tehditler ve tehlikeler ise yine kurumun dışında ortaya çıkan veya çıkması muhtemel olan, engellenmesi veya tedbir alınmasını gerektiren negatif etkenler ve durumlardır (DPT, 2006: 24-25). Bu analizde örgütün faaliyet alanını ilgilendiren konularda dünyadaki ve ülkedeki gelişmeler, eğilimler, mevzuat ve mevzuatta ortaya çıkabilecek değişiklikler, mal veya hizmet tedarikinde yaşanması muhtemel gelişmeler, makro planda örgüt dışında yapılan planlar, diğer kurumların durumu ve bunlarla ilişkiler, rekabet ile ilgili gelişmeler gibi hususlar önemli rol oynar.

KAYNAKÇA

- AKTAN, Coşkun Can (2008), “Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama”, Çimento İşveren Dergisi, Sayı: 4, Cilt: 22.
- AŞGIN, Sait (2008), Stratejik Yönetim, İçişleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.
- DEMİRDİZEN, Özer (2012), “Stratejik Planlama, Stratejik Planlama Süreci, Hukuki Altyapısı ve Kamuda Gelişimi”, Akademik Bakış Dergisi, Sayı: Sayı: 31.
- DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (DPT) (2006), Kamu İdareleri İçin Stratejik Planlama Kılavuzu 2. Sürüm, Ankara.
- DİNÇER, Ömer (2003), Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Yayınları, İstanbul.
- DOĞAN, Selen (2002), “İşletmelerde Vizyon ve Misyon Bildirisi Geliştirme ve Önemi Üzerine Bir Araştırma”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 35, Sayı: 1.
- ERYILMAZ, Bilal (2011), Kamu Yönetimi, Okutman Yayıncılık, Ankara.
- GÖZLER, Kemal ve Gürsel Kaplan (2017), İdare Hukukuna Giriş, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.

- GÜÇLÜ, Nezahat (2003), “Stratejik Yönetim”, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 23, Sayı:2.
- LATİF, Hasan ve Şükrü Muslu (2015), “Türk İşletmelerinin Misyon ve Vizyon Kavramlarında Anlam Karmaşası”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, Yıl: 26, Sayı: 78.
- KOCAOĞLU, Batuhan ve Bahadır Gülsün (2004), “Stratejik Planlama Faaliyetlerinin Önemi ve 2000’li Yıllarda Planlama ve Strateji Kavramlarından Beklentiler”, Verimlilik Dergisi, 2004/1.
- MUSLU, Şükrü (2014), “Örgütlerde Misyon ve Vizyon Kavramlarının Önemi”, Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, Yıl: 5.
- ÖZER, Mehmet Akif (2011), 21. Yüzyılda Yönetim ve Yöneticiler, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- ÖZGÜR, Hüseyin (2004), Kamu Örgütlerinde Stratejik Yönetim, Editörler: ACAR, Muhittin ve Hüseyin Özgür, Çağdaş Kamu Yönetimi II, Ankara.
- PARLAK, Bekir (2011), Kamu Yönetimi Sözlüğü, MKM Yayıncılık, Bursa.
- POCKET MENTOR (2009), Hedefler Belirlemek, Harvard Business Scholl Publishing Corporation, Optimist Yayınları, İstanbul.
- SAYĞILI, Duygu Demir (2014), Merkezi Kamu İdarelerinde Stratejik Planların Uygulama Etkinliğinin Artırılması, Uzmanlık Tezi, Kalkınma Bakanlığı Kurumsal ve Stratejik Yönetim Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- TOKGÖZ, Nuray (2012), Stratejik Yönetim-I, Editörler: Deniz Taşçı, Cemil Ulukan, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- TORTOP, N., E. G. İsbir ve B. Aykaç (1999), Yönetim Bilimi, Yargı Yayınevi, Ankara.

6. BÖLÜM

BAZI ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KAVRAMLARININ LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİ İLE İLİŞKİSİ

Salih DİNÇEL

Öğretim Görevlisi, Haliç Üniversitesi

salihdincel@halic.edu.tr

0000-0001-6073-9710

GİRİŞ

Lojistik, uluslararası ticaretin en önemli yürüteçlerinden biridir. Gelişmiş ülkelerin GSYH'lerinin lojistikteki payı %10 ile %18 arasında olduğu bilinmektedir. Ülkelerin büyüme, kalkınma ve siyasi politikalarının en büyük kaldıraçlarından biri yine lojistikdir. Son 20 yıl içerisinde büyük bir atılım gösteren e-ticaret piyasası da sırtını lojistiğe dayayarak yolculuğuna devam etmektedir. Bununla beraber gelişmekte olan ülkeler LPI sıralamasında ön sıralarda yer alan ülkelerin yatırım haritalarını izleyerek lojistik yatırımlarına yer yer devam etmektedirler. Covid 19 sürecinin olumsuz etkilerine rağmen e-ticarete olan taleple birlikte lojistik sektörü bir dönüşüme girmiş, büyük parti lojistik hizmetler devam ederken kargo paket lojistik hizmetlerine bağlı da bir artış gerçekleştirmiştir. Şehir içi kargoculuğu yükselme eğilimi göstermiş, müşteri hizmetleri niteliği bir beklenti içerisine girmiştir. Günümüzde LPI sıralamasının birçok kaynak tarafından müşteri memnuniyeti odaklı mikro düzey hizmetle temellerini attığı belirtilmiştir. Bu aşamada şehir içi lojistik hizmet düzeyi önem arz etmektedir, yorumu yapılabilir. Bu noktada LPI

oluşumunda etkili olabilecek kriterler kapsamında bazı örgütsel davranış kavramlarının farkındalığını yaratmak, geleceğe dönük araştırmalarda etkin bir araç olacağı varsayımı yapılabilir. İnsana yönelik varsayımlarının temelini oluşturan davranış bilimleri temelli bu kavramlar, hem personeli anlamada etkin olacak, hem de personelin müşteri tatmin duygusunu yaşamasına aracı olacaktır. Bu koşullar hem şirketlerin ve dolayısıyla sektörün hizmet kalitesini arttıracak hem de uluslararası sahada LPI endeksinde direkt adı geçerse de gizli performans artırıcı güç olacaktır. Bu bölümde lojistik, lojistik performans endeksi ve bağlantılı örgütsel davranış kavramlarına yer verilecek ve genel bir yorumla süreç kapsamında bağlantı yapılacaktır.

1. LOJİSTİK, LOJİSTİK PERFORMANS İNDEKSİ VE BAĞLANTILI ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KAVRAMLARI

1.1. Lojistik Tanım ve Bazı Açıklamalar

Temel olarak Lojistik kelimesi Yunanca'da hesaplama ve aritmetik konusunda yetenekli ve herhangi bir konunun istatistiksel ilişkilendirmesini yapabilen anlamına gelen "Logiticos" kelimesinden türemiştir. "Logiticos" kelimesi dilimize lojistik olarak tüerken Avrupa dillerine latince "logisticus" olarak geçer (Dinçel, 2016). Lojistik, canlıların ihtiyaçlarına ulaşmasına aracılık eden veya direkt canlıların ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen bir disiplindir. İnsanın bir noktadan farklı bir noktaya ulaştırılması, fizikleştirilmiş bir bilginin bir noktadan başka bir noktaya iletilmesi veya fiziki niteliğe sahip bir eşyanın yine bir noktadan farklı bir noktaya nakledilmesi amacıyla taşınması, depolanması, ambalajlanması, sipariş planlamasının yapılması, müşteri hizmetlerinin gerçekleştirilmesi, envanter sistemlerinin uygulanması ve bu gibi faaliyetlere eşdeğer tüm operasyonel faaliyet işlemlerinin bir bütün halinde gerçekleştirilmesini anlatmaktadır (Dinçel, 2014). Lojistik bahsedilen bu faaliyetleri bazı taşıma modları kanallarıyla gerçekleştirir. Bunlar; havayolu, karayolu, denizyolu, demiryolu, boru hatları ve nehiryolu taşıma modları olarak sıralanabilir. Bu taşıma modları dünyadaki tüm ülkelerin ekonomik kalkınma ve gelişmesinde rol oynayan küresel ticaretin olmazsa olmaz koridorlar anahtarlarıdır. Lojistik, bir üretim paydaşıdır. Tedarik süreci varolduğu müddetçe destekleyici bir güç olan lojistik her zaman yaşantısını devam ettirecek bir güç olacaktır. Ülkelerin GSYH'ye bağlı ekonomik değeri %10-20 arasındadır. Bu ise her bir ürün hizmetinin %10 ila %20 arası maliyet kaleminin lojistik olacağını göstermektedir. Yaşanan teknolojik gelişmelerde göz önüne alındığında lojistiğin işlem hacminin artması beklenen bir durumdur. Taşıma, depolama, sigorta, tahsilat, danışmanlık, gümrükleme, elleçleme, müşteri

hizmetleri vb. işlemlerinde dönüşüm içerisinde olması olası bir durumdur. Bu dönüşümün sektörün ve ülkenin kalkınma ile büyümesine fayda sağlayacağı düşünülmektedir (Dinçel, 2019). Lojistiğin genel olarak bazı prensiplere sahip olması gerektiğini de eklemek gerekmektedir. Bu prensipler: esnek olma, ekonomik olma, standartlık, yeterli olma, izlenebilirlik ve koordinasyondur. (Johannessen & Solem, 2002)

1.2. Lojistik Performans Endeksi

Lojistik, temel olarak küresel piyasaların oluşması noktasında anadamar olan uluslararası ticaretin üretimle beraber en önemli parçalarından biridir. Lojistik klasik algı üzerinden değerlendirildiğinde bir taşımacılık işi olarak görülse de bu oldukça eksik, yetersiz bir bakış olmaktadır. Lojistik taşımacılığın yanı sıra taşıma modları olan karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve boru hatları çerçevesinde depolama, ambalajlama, paketlenme, müşteri hizmetleri, satın alma, stok yönetimi ile envanter sistemleri, otomasyon süreçleri ile bu süreçleri içeren elleçleme, aktarma, belgeleme, kontrol, yönetim ve organizasyon, planlama, denetleme, koordinasyon benzeri şemaları içerisinde almakta ve süreci birleşik şekilde yönetmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığının 2020 yılı “Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler” bültenine dayanılarak dünya ticaretine büyük ölçüde negatif tesir eden Covid-19 salgın hastalığının başladığı dönem olan 2019 son çeyreğinden günümüze kadar ciddi bir daralma gözlenmiş olsa da küresel ticaret hacminin 2021’in son aylarında yansıyacak %7,2’lik artış olacağı belirtilmiştir. IMF’ye göre ise %8’lik bir artış gözlemleneceği açıklanmıştır. 2021 Aralık ayına geldiğimiz bu süreçte ise buna yakın bir orana ulaştığı gözlemlenmektedir. Dünya bankasına göre ise 2022 yılı ortasından sonra bir daralma beklenmektedir. Bu koşullar içerisinde bu sürecin ülkemiz ticaret hacmine de önemli teşvikler sağlayacağı beklenmektedir. Lojistik dinamiğinin hazır ve güçlü olması özellikle bölgesel kalkınma bazında bölgeye ve ülkemize ciddi katkılarda bulunacağı oldukça net bir gerçektir.

Dünya Bankasının her iki yıllık periyotlarla düzenlediği dünya lojistik performans endeksinin incelenmesi bizlere birçok veri ve öngörü sunmaktadır. Bu endekste ülkelerin gümrük, altyapı, uluslararası gönderiler, yeterlilik, takip ve izleme ile zamanlama parametreleri bulunmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığının da üzerinde önemle eğildiği lojistik performans endeksi kriterlerinin ülkemiz puanı ve kriter şartlarının yükseltilmesi, ülkemizin belirlenen lojistik alanlarında yatırım yapmasıyla ancak mümkün olacak görüşünü benimsemek olasıdır.

Lojistik performans endeksi sıralamasında özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin üst sıralarda bulunması bizlere bazı gerçekleri de sunmaktadır.

Bu hususta 2014-2018 yılı dünya lojistik performans endeksi tablosu aşağıda belirtilmiştir. (World Bank, 2021)

Tablo 1. 2014-2018 Yılları Arası Lojistik Performans Endeksi Sıralamasında Dünyada İlk 10'da Yer Alan Ülkeler, Sıralaması ve Puanları

Sıra	LPI (2014)		LPI (2016)		LPI (2018)	
	Ülke	Puan	Ülke	Puan	Ülke	Puan
1	Almanya	4,12	Almanya	4,23	Almanya	4,2
2	Hollanda	4,05	Lüksemburg	4,22	İsveç	4,05
3	Belçika	4,04	İsveç	4,2	Belçika	4,04
4	İngiltere	4,01	Hollanda	4,19	Avusturya	4,03
5	Singapur	4	Singapur	4,14	Japonya	4,03
6	İsveç	3,96	Belçika	4,11	Hollanda	4,02
7	Norveç	3,95	Avusturya	4,1	Singapur	4
8	Lüksemburg	3,95	Birleşik Krallık	4,07	Danimarka	3,99
9	A.B.D	3,92	Hong Kong	4,07	Birleşik Krallık	3,99
10	Japonya	3,91	A.B.D	3,99	Finlandiya	3,97

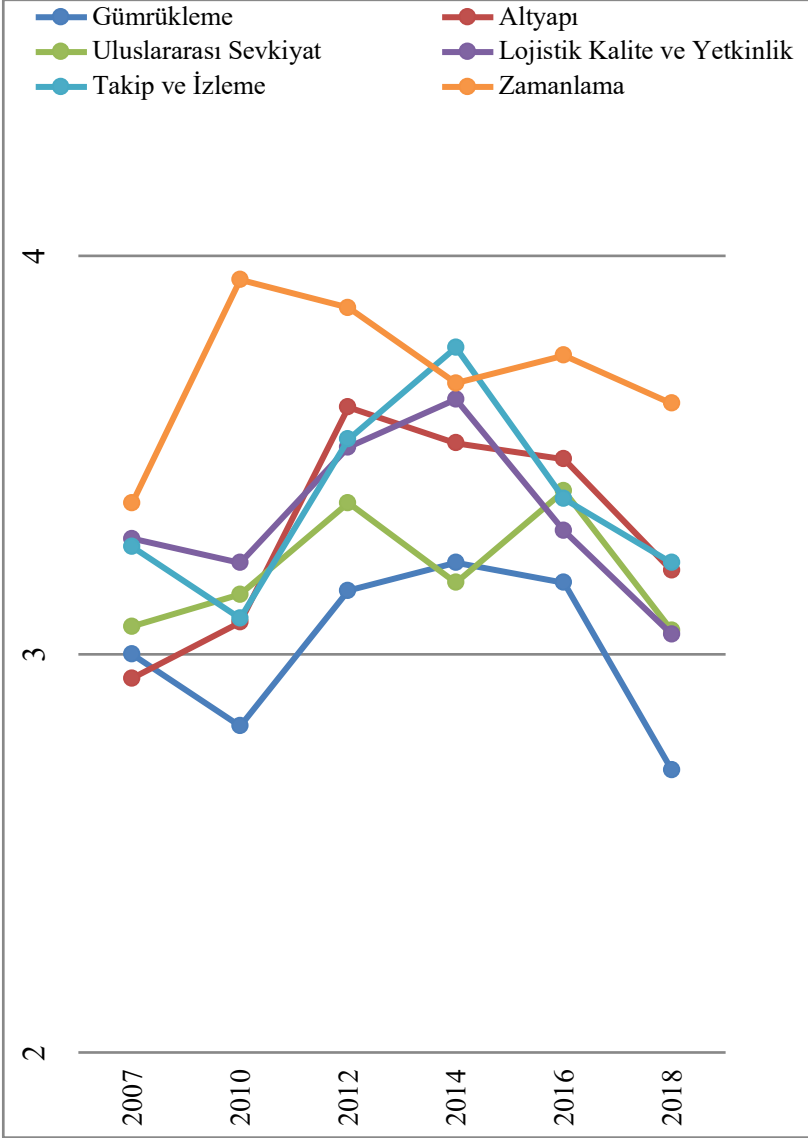
Lojistik performans endeksi 2014-2018 yılları arası verileri incelendiğinde her 3 dönem verilerinde Almanya, Singapur, Hollanda, İngiltere'nin her dönem ilk 10 listesinde bulunduğu gözlemlenmiştir. Genel olarak listeye bakıldığında

gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin bulunduğunu, bilgi teknolojilerine önem veren, teknolojik gelişmelerin merkezinde bulunan, uluslararası ticaretin yürütücü konumunda bulunan, özellikle limanlara sahip olmasıyla dikkat çeken, karayolu hatları ve demiryolu hatlarıyla çevrelenen lojistik dostu ve istikrarlı performans gösteren ülkelerden oluştuğu görülmektedir. Yüksek gelirli ülkelerin ilk 10 listesinde yer alması da bu sürece ne kadar önem verdiklerini göstermektedir. Lojistik performansı geniş anlamda küresel bir politika ya da gelişmişlik süreci olduğu kadar, dar anlamda bölgesel kalkınma ve gelişme süreçlerinin toplamından oluşur yorumunu yapmak mümkündür. Bununla beraber Lojistik performansı ile ekonomik kalkınma arasında bir doğru orantı olduğu da görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Gümrük ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre kişi başına düşen milli gelirleri aynı olan ülkelere lojistik performansı daha iyi olanların GSYH ve ticaretlerinin yıllık bazda %1 ile %2 arasında daha çok büyüdüğünün görüldüğü belirtilmiştir. Aşağıdaki Tablo 2’de ve Grafik 1’de ise Türkiye’nin 2007-2018 yılları arası lojistik performans endeksi kriterlerine göre puanı ve sıralaması ve grafiği belirtilmiştir (World Bank, 2021)

Tablo 2. 2007-2018 Yılları Arası Türkiye Lojistik Performans Endeksi Puantajı

Değişkenler	Yıllar						Kümülatif
	2007	2010	2012	2014	2016	2018	
LPI Sıra	34	39	27	30	34	47	37
LPI Puan	3,15	3,22	3,51	3,50	3,42	3,15	3,29
Gümrükleme	3	2,82	3,16	3,23	3,18	2,71	2,94
Altyapı	2,94	3,08	3,62	3,53	3,49	3,21	3,36
Uluslararası Sevkiyat	3,07	3,15	3,38	3,18	3,41	3,06	3,19
Lojistik Kalite ve Yetkinlik	3,29	3,23	3,52	3,64	3,31	3,05	3,23
Takip ve İzleme	3,27	3,09	3,54	3,77	3,39	3,23	3,37
Zamanlama	3,38	3,94	3,87	3,68	3,75	3,63	3,68

Grafik 1. Türkiye Lojistik Performans Endeksi Kriterlerinin Skorlarına Göre Grafiği



Dünya Bankası verilerine göre Türkiye 2012 yılında 27. sırada kendisine yer bularak en önemli sıralamasını elde etmiştir. Son endeksin yayınlandığı 2018 yılında ise en düşük sıralamasını elde etmiş, bu anlamda 2007-2016 istikrarını koruyamadığı gözlemlenmiştir. Akademik çalışmalar incelendiğinde özellikle 2018 yılında gümrükleme de yaşanan problemler oldukça dikkat çekmiştir. 2007-2018 yılları arası değerlendirmesine bakıldığında özellikle altyapı, takip ve izleme, zamanlama noktasında istikrarlı performans gösterdiği

gözlemlenmektedir. G8 ülkeleri bazında incelendiğinde Rusya'nın performansının Türkiye'nin gerisinde olduğunu belirtmek de mümkündür. Bu anlamda Rusya'nın bölgesel konumunun dezavantaj yarattığını söylemekte gerekmektedir.

Dünyanın en önemli ulaştırma konumlarından birine sahip olan Türkiye, Asya ile Avrupa ve Doğu ile Batı'yı birbirine bağlayan bir fiziki ulaşım ağına sahiptir. Bu noktada Türkiye'nin küresel ticaret içerisinde, gerek iş gücü kaynağı gerek coğrafi alan gerekse lojistik altyapısı ile önemli bir bölge aktörü olduğunu söylemek mümkündür. Ülkenin 3 tarafının denizle çevrili olması ile liman gücünü kullanması, son 20 yıllık dönemde ulaşım ve altyapı ağına yapılan yatırımlarında etkisiyle jeopolitik konumunun değerini bulması ve ulaşım ağının geniş alanlara yayılması ile kökeni askeri sisteme dayalı olan lojistik kültürüne çok uzun bir süredir sahip olması Türkiye'nin lojistik alanında önemli bir paydaş olması için zemin sağlamıştır.

2. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE YÖNETİCİLERİN ÜZERİNDE DURMASI GEREKEN ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KURAMLARI

Personel davranışlarını anlamak bazı problemlerin nedenini kavramayı sağlamaktadır. Bu durum bu hususta ülkelerin lojistik hizmet ve nitelik değerlemesi göstergesi olan lojistik performans endeksinin oluşumunda yer alan kriterlerin içeriğinde örgütsel davranışla ilişkili olan bir takım veriler mevcuttur. Bu veriler aşağıdaki Tablo 3'de sıralanmıştır.

Tablo 3. Lojistik Performans Endeksi Kriterlerinin Oluşturulmasında Etkili Olabilecek Örgütsel Davranış Etkileşimli Değişkenler

Zamanında teslimat	Sevkiyatın izlenebilirliği	Teslimat kalitesi/fire oranı	Uluslararası evrak standartlığı uyumu
Mevcut okul ve dersane sayısı	Teslimat süresi	Taşıma ücreti	Suç miktarlar oranı
Aldığı/verdiği göç	Diğer bölgeler ile teslimat süresi	Gümrükleme Personel İşbirliği	Çevre bilinci/sosyal sorumluluk derecesi
Yanlış teslimat-teslimat hataları	Altyapı Personel Kalitesi	Lojistik Köy/Merkez mevcudiyeti	Nüfus yoğunluğu
Nitelikli lojistik personeli	Yeşil lojistik bilinci	Lojistik Kültürü	Girişim sayısı
Ürün çeşitliliği	Zaman Yönetimi Bilinci	Hizmet çeşitliliği(4PL,5PL)	Teslimat geçirme nedenleri
Standartlık	Hizmet Kalitesi	Müşteri memnuniyet derecesi	Lojistik yazılım personel niteliği

Örgütsel-yönetmel faktörler; amaç birliğı, yetki ve sorumluluk dengesi, eğitim ve yükselme, kararlara katılma, iletişim, iş genişletilmesi, iş zenginleştirme, yarı otonom çalışma grupları, çalışma ortamını geliştirme olarak sıralanabilir (Kuşlvan, 1999:61)

Tablo 3’de yer alan tablo örgütsel-yönetmel kapsamda ayrıştırılması yapılmış değişkenlerdir. Bu bilgilere göre özellikle örgütsel davranış kavramları olan kişilik, tutum, davranış, kültür, algı, iletişim, rol ve motivasyon üzerinde

konumlanmış kavramlar olduğu görülmektedir. Bu hususta bu kavramların tanımları aşağıda belirtilmiştir.

2. 1. Kişilik

Kişiliğin tarih boyunca farklı tanımları yapılmış olsa da kişilik kuramı konusunda yapılan çalışmalara iki unsur hakimdir. Bunlar insanın doğası ve bireysel farklılıklardır. İnsan doğası; ortak güdüler, amaçlar ve evrensel veya nispeten evrensel olan psikolojik mekanizmalar gibi insanların ortak özelliklerini kapsamaktadır. İnsan doğası kişilerin karar verme biçimlerini, çevresel tetikleyicilere verdiği tepkiyi ve hatta çevrelerini etkileme biçimlerini içermektedir (Buss 2008: 29). Kişilik tipik olarak, insanların sahip olduğu tutarlı özellikler, tutumlar, duygular ve davranışlar dizisi olarak tanımlanır (Boyd ve Pennebaker, 2017: 63)

Kişilik süreçleri kişiliği ölçmek ve açıklamak için zaman içerisinde farklı yöntemlerle açıklanmıştır. Klasik olarak Galen, biyoloji gözlemlerine ve Hipokrat teorilerine dayanarak dört genel mizacı “iyimser, soğukkanlı, melankolik ve sinirli” olarak varsayımıştır (Kagan, 1998). Freud(1905) doğuştan gelen mizacın ve erken deneyimlerin, insanların yaşamlarının sonraki dönemlerini şekillendirdiğini öne sürerek kişilik hakkındaki daha geniş tartışmalara ışık tutmuştur.

Mizaç araştırmacıları, bireysel farklılıkların muhtemel genetik ve biyolojik temellerini varsaymak için bebeklerin aktivite düzeyleri ve duygusallığına odaklanmışlardır (Thomas, 1970). Allport(1961) ve dönemin araştırmacıları ise, yürüdükleri, hareket ettikleri veya sakız çiğnedikleri yollar da dahil olmak üzere, insanların sahip olduğu kalıcı ve istikrarlı davranış tarzlarına işaret edip en incelikli davranışlar bile insanların temel özelliklerini ortaya çıkarır yaklaşımını sunmuşlardır.

Yakın dönemde yer alan kişilik modeli ise beş faktör kişilik modelidir. Bu model son dönemde en çok bahsi geçen ve kullanılan kişilik modelidir (Soto ve diğ. 2016, Atak 2013: 312, Goldberg 1999). Kişiliği kapsamlı şekilde değerlendirmektedir (Horzum ve diğ. 2017: 399, McCrae ve John 1992: 206) İnsan doğasının özünü bireysel farklılıklara dayandıran yaklaşımdır (McCrae ve John 1992: 199).

Beş faktör kişilik modeline göre kişilik açık, dinamik bir sistemdir. Temel eğilimler (yetenekler ve kişilik boyutları) ve karakteristik adaptasyonlar (tavırlar, kişisel çabalar, inançlar) kişiliğin temel unsurlarıdır. Kişilik özellikleri çevreyle ve biyolojik temellerle etkileşimde olarak karakteristik adaptasyonları

oluşturur, karakteristik adaptasyonlar da çevreyle etkileşimde olarak bireylerin deneyimlerini, davranışlarını ve nihayetinde yaşamını şekillendirirler (McCrae, 2010: 60-61, Costa ve McCrae, 2009: 302).

Bahsedilen bu beş boyut “dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik, deneyime açıklılıktır”. Bu boyutların tanımı aşağıdaki Tablo 4’de gösterilmiştir (Sevi ve Arkar, 2012).

Tablo 4. Beş Faktör Kişilik Boyutları

Dışa Dönüklülük:	Bu faktörün özellikleri; hayat dolu, heyecanlı, neşeli, konuşkan, girişken ve sosyal olma gibi özellikleri içermektedir
Uyumluluk:	Bu faktör, bir kişinin duygularında, düşüncelerinde ve davranışlarında şefkatten düşmanlığa kadar uzanan bir çizgi boyunca kişiler arası uyumun niteliğini değerlendirmek için kullanılmaktadır
Sorumluluk:	Bu faktörde, bu boyutun hazzı erteleyebilme, hoş olmayan görevlerde sabır gösterebilme, detaylara dikkat etme, sorumlu ve güvenilir bir biçimde hareket etmeyi kapsadığını belirtmektedir
Duygusal Dengelilik:	Bu faktörde, duygusal dengesizlik bir kişinin yaşadığı endişe, kızgınlık, sıkıntı, düşünmeden hareket etme, güvensizlik ve depresyonu ifade eder

2. 2. Tutum

Tutum, 1862’de ilk kez Herbert Spencer tarafından bir kelime olarak kullanılmıştır. Bu araştırma ve tartışmanın sosyal psikoloji disiplininin ortaya çıkmasına neden olduğu da iddia edilmiştir. (Allen ve diğerleri, 1980’den aktaran Güllü ve Güçlü, 2009: 139)

Tutum, bireyin algısının geniş bir yönü ile motivasyon, uyanma, anlama ve öğrenme süreçlerinin sürekli bir organizasyonudur (Krech ve diğerleri, 1980). Franzoi'ye (2003) göre tutum, bir nesnenin birey tarafından olumlu veya olumsuz değerlendirilmesidir (Güllü ve diğerleri. Güçlü, 2009: 139). Tutumlar, temel olarak şeylere karşı olan ön duruşlarımızdır. Tutum, bizim bir şeyi sevdiğimizi ya da sevmediğimizi belirtir (Severin ve Tankard 2001: 151). Tutumlar, temelde nesnelere karşı bakış açımızı ve bir şeyden hoşlanıp hoşlanmadığımızı gösterir (Severin ve Boccale 2001: 151).

Tutum, sosyal bir nesneye karşı olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerimizi, duygusal hissedişlerimizi ve lehte ya da aleyhte eylem eğilimlerimizi içeren sürekli bir sistemdir (Krech ve ark. 1962: 177)

Bu bağlamda tutumlar, en olumludan en olumsuzaya kadar çeşitli derecelerde olabilir. Olumsuz tutumlar; nesne ya da fikirler konusunda olumsuz inanca sahip olma, onu reddetme veya sevmeme, ona karşı hareketlerde bulunmayla kendini gösterebilir. Olumlu tutumlar ise; nesnelere ya da fikirler konusunda olumlu inanca sahip olma, onu benimseme ve sevmeye ile kendini gösterebilir (Demirhan ve Altay, 2001).

2. 3. Davranış

Davranış, herhangi bir organizmanın yaptığı gözlemlenebilen ve kaydedilebilen herhangi bir eylem veya etkinlik olarak tanımlanabilir. Konuşmak, dokunmak, ağlamak gözlenebilen davranışlardır. Gözlenebilir olması aynı zamanda ölçülebilir nitelikte olduğu yorumuna da açıktır (Güney, 2011: 12). Leavitt ve Bası (1964) davranışların her zaman bir mantığının var olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda davranışların analizi ise davranış bilimlerinin konusudur.

Davranış bilimlerinin inceleme alanı; insan davranışlarının nedenleri, davranış sürecinin özellikleri ve bu özelliklerin farklı disiplinlerde nasıl kullanılacağıdır (Ertürk, 2012: 3; Güney, 2011: 2). Davranış bilimlerinin üç ana disiplini sosyoloji, psikoloji ve antropolojidir. Temel davranış konuları ile ilgili bilim dalları aşağıdaki Tablo 5'de belirtilmiştir (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2003: 10). Bu tablo davranış bilimlerinin bağlı bulunduğu varsayılan bilimlerle arasındaki ilişki ayrımının tablosudur.

Tablo 5. Temel Davranış Konularıyla İlgili Bazı Bilim Dalları

Temel Davranış Konuları	İlgili Bilim Dalları				
	Psikoloji	Sosyal ve Siyasal Bilimler	Endüstri Mühendisliği	Yönetim ve Sistem Kuramları	Antropoloji
Kişiler	+				+
Gruplar		+		+	
Görev ve Hedefler	+		+		
Yönetimsel Kontrol	+			+	+
Çevre		+			+

2. 4. Kültür

Kroeber ve Kluckhohn, (1952) ve Keesing (1974) mevcut kültür tanımlarının büyük çoğunluğunun düşünsel olduğunu vurgulamışlardır. Yani kültürü fikirler açısından değerlendirebilecek bir gerçek olarak tanımlar. Keesing (1974) kapsamlı bir incelemede kültür tanımlarını dört geniş sınıfa ayırmıştır. Bunlar; bir materyalist görüş ve üç fikirsel görüştür. İlk (materyalist) sınıf, adaptasyonist kültür teorilerini kapsar. Bu tanımlar, kültürü, genlerin sağlayabildiği adaptasyonların ötesinde, bireylerin çevrelerine daha iyi uyum sağlamalarına izin veren maddi varoluş ve davranış yolları olarak ele alır. Bu görüşlere göre, kültürlerin çeşitliliği genellikle insan popülasyonlarının yaşadığı farklı ekolojilere ve coğrafyalara yapılan ince ayarların bir sonucu olarak görülmektedir. Keesing'in üç fikirsel sınıfı, kültürü bilişsel sistemler (kültürlerin bilgi sistemleri olduğu), yapısal sistemler (kültürlerin doğal, düzenin aksine keyfi dünya görüşleri olduğu) ve sembolik sistemler (kültürlerin paylaşılan sistemler olduğu semboller ve anlamlar) olarak görülmektedir (Ferdinand, 2015: 3).

Bu tanımlarda kültürün, insanların bireysel veya toplu olarak sahip olduğu bilgi, fikir, inanç ve değerlerle ilgili olduğunun düşünüldüğü görülmektedir. Waterson(2014)'da bu görüşü destekler şekilde yaptığı açıklamada kültürü; kişilerin hikayeler, efsaneler ve sosyalleşme yoluyla çıkardıkları değerler, inançlar ve varsayımlarla ve başarıyı teşvik ederek gözlemledikleri davranışlarıyla ilgilidir tanımını yapmıştır.

Kültürün nasıl ve neden değiştiğini anlamak için kültürel değişimin mahallinde neler olduğunu da anlamamız gerekmektedir (Cofnas, 2020: 23). Kültürle ilgili Pierre Bourdieu ve Theodor Adorno tarafından yazılmış güçlü ve kapsamlı kültür teorileri bulunmaktadır. Bourdieu için modern kültür, bazılarını diğerlerinden üstün kılan, sınıflar arasında sosyal olarak sıralanmış sembolik farklılıklarla karakterize edilen bir sınıf kültürüdür. Adorno'ya göre modern kültür, seviyeli bir demokrasi cephesinin arkasındaki sınıf farklılıklarını gizleyen, sosyal olarak empoze edilmiş sembolik bir birlik ile karakterize edilen bir kitle kültürüdür. (Gartman, 2012:42). Bourdieu ve Adorno'nun kültürel teorilerinin eleştirel bir niyeti paylaştığı da görülmüştür. Onların literatür çalışmalarına göre süreç, kültür ve eşitsizlik arasındaki ilişkiyi anlamaya değil, aynı zamanda onu değiştirmeye, aralarındaki rahat ortak yaşamı bozmaya da çalışmaktadır.

2. 5. Algı

Algı, çevresel bilginin duyu vasıtası ile zihinsel aktivite sonucu oluşan süreçtir. Algılama sürecinde duyu verileri zihnimizde toplanarak yorumlanır; çevremizdeki dış etkenlere anlam yüklenir. İnsan temel beş duyu organı sayesinde çevresini ve mekanları algılayabilmektedir. Beş temel duyumuz ile dış etkenler vasıtasıyla oluşan algılama insan ile yaşadığı çevre arasında bağ kurmakta önemli bir etkidir (Cankurt, Semiz ve Yurttaş, 2018: 23-30).

Genel anlamıyla bir fikir ve düşüncede yapılanma olması için öncelikle bilişsel süreçten geçmesi gerekmektedir. Bilişsel süreç algılama ile başlar. Algı, gelen bilgileri yorumlayarak belirli düzene oturtup anlamlandırma işlemidir. Duyularımız aracılığı ile uyarılan beyinin oluşturduğu bilgi ve veriler belirli bir sistemde işlenip depolanır. Bu süreç sisteme özetleme, sınıflama, indirgeme ve yorumlama üzerinden katkı sağlamaktadır. (Lumenlearning, 2020)

Yaşanılan zaman itibariyle gelişen teknoloji yüzünden çok çeşitli uyarıcılara maruz kalınmaktadır. Bireyin çevresi televizyon, telefon ve internet gibi teknolojik gelişmelerle doludur. Bu sebepten bireyin kişisel anlamda, etkin ve anlık olarak elektronik ortamda da yoğun bir bilgi akışına maruz kalmaktadırlar. (Alav, 2020: 195)

2. 6. İletişim

Toplum, kültür, örgüt ve iletişim ayrılmaz bir şekilde karşılıklı olarak birbirlerine bağlıdır. Bazı araştırmalarda yöneticilerin ve çalışanların zamanlarının %74 ile %87'lik kısmını iletişim için kullandıkları belirtilmiştir.

İletişim, insanların toplu halde yaşamaya başlamalarından itibaren toplumsal etkileşimlerde rol oynayan sembolik mesajların karşılıklı ulaştırılmasıyla, bazı anlamları aralarında paylaşmaları sürecidir (Telman ve Ünsal, 2005). Söz konusu süreç kişiler arası ilişkinin her türünü, örgütleri ve toplumları yaratıp bir arada tutan bir harç işlevi görmektedir (Gürgen, 1997).

Ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen bireyler, gruplar, topluluklar ve örgütler için iletişim hayati bir öneme sahiptir. Örgütteki bireyler ve gruplar arasında olması gereken uygun etkileşimi sağlayan öge ise örgütsel iletişimdir (Vural, 2003)

2. 7. Rol

Rol, sosyal yapıda bir pozisyon işgal edenlerden beklenen görevler, kurallar ve davranışlar demeti olarak tanımlanmıştır (Yang, Halfaker, Kraut, Hovy, 2016: 448) ve eski Fransızca'da tiyatro oyuncularının oyun içinde söyledikleri sözlerin yazılı olduğu kâğıt rulosu anlamına gelen "rolle" sözcüğünden türemiştir. Günümüzde ise kişinin sosyal hayatta tutunduğu yeri ifade etmektedir (Seyyar, 2007: 780). Rol aynı zamanda bir sosyal sistem ya da örgüt içerisinde yer alan kişilerin içerisini doldurduğu pozisyonları yansıtır (Dinçel, 2019: 205), Yani aynı süreçte yer alan kişilerin karmaşık süreçlerinin koordine edildiği ana mekanizmalar olarakta belirtilebilir (Kittur ve Kraut, 2010: 34). Rol başkalarının iş görenden beklediği fiili görevler, hareketler ve eylemlerin tamamlayıcısıdır. Burada rol ile karıştırılan bir başka kavram ise görevdir. Rol ve görev bazı noktalarda birbirinden farklıdır. Rol, kişinin sergilediği davranışı hem örgüt için hem de tüm yaşamı boyunca sergilediği davranışlar bütünü yansıması olarak değerlendirir. Alınan bir görevin tamamı örgüt için yapılır (Ceylan ve Ulutürk, 2006: 49). Rollerin önemi ile ilgili makaleler değerlendirilirken, rol kavramının beklenenden daha geniş bir şekilde sunulduğunu görmekteyiz. Rollerin sadece davranışa rehberlik edecek bir plan olmadığı söylenebilir. Roller aynı zamanda ulaşılacak hedefleri, gerçekleştirilecek görevleri ve belirli bir senaryo için nasıl gerçekleştirileceğinin belirlendiği bir davranışsal kuramdır yorumunu yapmak mümkündür.

2. 8. Motivasyon

Motivasyon, Latince “motive”den gelmektedir. “Motivasyon, insanı harekete geçiren ve hareketlerinin yönlerini belirleyen, onların, düşünceleri, umutları, inançları, kısaca arzu; ihtiyaç ve korkularıdır” (Fındıkçı, 2000:373).

Motivasyon için itici ve yönlendirici bir güçtür denilebilir. Bu itici ve yönlendirici gücün dürtme etkisi gösteren kaynağı güdü olarak belirtilebilir.

Bu tanımlar doğrultusunda motivasyonun temelini oluşturan üç faktör şunlardır: (Tutar ve diğerleri, 2006:150-151)

- 1- İnsanın bir davranışta bulunmasını sağlama
- 2- Davranışı yönlendirme ve sürdürme
- 3- Sergilenen davranışı yapmaktan dolayı özel bir mutluluk duyma

İnsanın sosyal bir varlık olması nedeniyle çalışanların nerede, ne zaman, nasıl davranacağı, ihtiyaç ve beklentilerinin neler olduğu sürekli araştırılmıştır. Bu araştırmalardan hareketle motivasyon konusunda geliştirilen teoriler iki ana grupta toplanmaktadır. Birincisi içsel faktörlere ağırlık veren “Kapsam Teorileri”, ikincisi ise dışsal faktörlere ağırlık veren “Süreç Teorileri”dir (Koçel, 2001:510).

3. BAZI ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KAVRAMLARININ LOJİSTİK ALANI GELİŞİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ ÜZERİNE YORUMSAL BİR SONUÇ

2019 yılı sonlarında hissedilmeye başlayan Covid-19 ve varyantların olumsuz etkisiyle dünyada küresel ticaret hacmi önce daralmaya girmiş, sonrasında ise yükselmeye başlamıştır. Bu süreçte dünya ticaretinde hammadde tedarikçisi olan ülkelerin üretim faaliyetlerinin yavaşlatılması zincirleme olarak üretim yapan ülkelerin ithal girdilerinin azalmasına ve böylece üretim planlamalarının aksamasına neden olmuştur. Burada pandemi sürecinin yarattığı belirsizlik ana etkenlerin başında gelmektedir.

Pandemi sürecinin başında dikkat çeken belki de en önemli detaylardan biri üretim faaliyetlerinin daralması sonucu küresel lojistik hizmet talebinde de azalış olmasına rağmen mevcut stoklara olan ilginin kapıdan kapıya lojistik hizmetinde artışa neden olmasıdır. Bunun kaynağı Covid-19 ile birlikte tüm dünya ülkelerinde bir takım sokağa çıkma yasaklamaların gelmiş olması sonucu

tüketicilerin online alışverişlere yönelmesi, fiziksel dağıtım ağında üreticiden tüketiciye yönelik alışverişler yoğunlaşmasıyla da lojistik hizmet sağlayıcıların artması ve nihayetinde lojistik işlem hacminin artışı olarak belirtilebilir. Dolayısıyla pandemi sonrası da lojistik sektörünün üretim hacmiyle orantılı olarak kapıdan kapıya hizmetin daha da gelişme göstermeye devam etmesi beklenmektedir.

Lojistik hizmet talebinin artış göstermesi beraberinde birtakım problemlerin de taşıyıcısı olmuştur. Lojistik hizmet veren alt kademe personel, müşteri memnuniyeti odağıyla tüketicilere aracılık ederken siparişlerin bazı nedenlerle gecikmesi, ürünlerin zarar görmesi, envanter dışı sipariştan doğan problemler, motorlu taşıt arızası ve kazası, eksik evrak teslimi, covid şüpheli kişilere ürün teslimi gibi nedenlerle çift yönlü aksaklıklar yaşamış ve bu problemler bir dalga halinde lojistik sektör paydaşlarının hizmet kalitesine yansımıştır. Müşterilerin memnuniyetsizlikleri sektöre hizmet veren şirketlere yansımış ve lojistik sektörü yöneticileri bu hususa dikkat çekmiştir. Bahsi geçen durum lojistik şirketlerinin en alt kademe yöneticisinden en üst kademe yöneticisine kadar bir dalga halinde de süregelmiştir. Aynı zamanda talep artışı, nitelikli personel eksikliği sebebi nedenleriyle lojistik personelinin yoğun iş mesaisi içerisinde bulunması nedenine zemin hazırlamıştır. Hem müşteri memnuniyetsizliği sorumluluğunu taşıma hem iş ikliminin sert oluşu hem de fazla mesai yapıyor olmaları bu taşıma ve teslim personelinin çalışma kalitesini düşmüş, motivasyonunu ve işe aidiyetini azaltmış, işlerini kaybetme korkusuyla da hukuki zeminde haklarını aramamaya kadar varan sürecin içerisinde olmalarına zemin hazırlamıştır. Örgüt prensipleri dışında çalışanların insana yakışır muamele görmeleri ve omuzlarında ki bazı yükün alınmasıyla mümkün olacaktır. Bu ise örgüt yöneticilerinin örgüt yönetim bilminde yer alan davranış bilimleri kavramlarının farkına vararak, özümseyerek ve yansıtarak süreci ilerletmeleriyle gerçek olacaktır. Personelin iş tatmininin artırılması ancak personelin temelde kişiliğini, kültürünü, algısını, tutumunu, davranışının nedenselliğini, tutumunu, rolünü ve güdülenme araçlarının varlığını doğru iletişim teknikleriyle uygulayarak, bilerek, kabul ederek başlayacaktır. Burada ki bilinç farkındalığı her zaman lojistik hizmetinin davranış ve iletişim becerisiyle sonuçlanıyor olması gerçeğidir. Lojistik sektöründe taşıma ve teslim personeli olarak bilinen alt kademe personelinin lojistik hizmeti son tüketiciye ulaştırma noktasında iş yapma ehliyetine sahip olması, verilen teknik görevi yerine getirme, problem çözme becerisine sahip olma, çalıştığı şirketi temsil ettiğini bilen davranış yaklaşımı sergileme ve firma ile müşteri arası iletişim kavramlarına hakim olma becerilerine sahip olması oldukça önemlidir. Bu beceriler örgütsel davranış kavramlarıyla ilişkili becerilerdir. Yöneticilerden beklenen yönetim modeli ise

yönetim fonksiyonlarını örgütsel davranış kavramları çerçevesinde gerçekleştirmeleridir. Bu durum hem lojistik örgütlerinin performansını arttıracak hem de lojistik performans endeksi kriterlerine direkt etki edecektir. Bu kriterlerden zamanında teslimat, izlenebilirlik, teslimat süresi, standartlık, nitelikli lojistik personeli, hizmet çeşitliliği, teslimat kalitesi, zaman yönetimi, hizmet kalitesi gibi faktörler lojistik performans endeksiyle bağlantılı örgütsel davranış değişkenleri olarak değerlendirilebilir. Bu durumda kişilik, tutum, davranış, kültür, algı, iletişim, rol, motivasyon gibi kaynaklar bu değişkenlere etki eden örgütsel davranış kavramlarıdır. Lojistik performans endeksine bağlı gelişmiş ülkelere bakıldığında özellikle yaşam kalitesi ve yaşam hakları endeksinde üst sıralarda yer alan ülkeler olduğu gözlemlenmektedir. Dolaylı olarak lojistik personeli olarak çalışan kişilerin örgütle uyumlaştırılması bu süreçten geçmektedir denebilir.

Lojistik her ne kadar iklimi sert bir sektör olsa da kapsamlı ve yürüyen bir akışa sahiptir. Çalışanların kişilik özelliklerini bilmek, tutumlarını anlamak ve değişimine ortak olmak, davranışlarını şekillendirmek, algılarını sektör yararını gözeten bir çerçevede sunmalarına olanak sağlamak, iletişim etkinliğine ortam hazırlamak, motivasyonlarını geliştirip performans akışını sağlamak ve kendilerine biçilen rol'e aidiyet duygusuyla karşılık vermelerini istemek noktasında personelin öz duygu ve davranışlarıyla uyum içerisinde olması gerekmektedir. Bu durum bahsedildiği gibi hem çalışan performansını arttıracak hem de sektörün gelişimine ivme katacaktır.

Günümüzde örgütsel davranış kavramlarına tez ve akademik çalışmalarda sıklıkla yer verildiği bilinmektedir. Lojistik alanında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde bu kavramlar üzerinde farklı alanlara göre çok fazla çalışma yapılmadığı, gerekli önemin verilmediği görülmüştür. Bu kavramların nicel veya nitel bir analizde uygulanması kadar bütünlük halde lojistik sektörü paydaşları tarafından bilinmesi de elzem olmuştur. Çünkü insana yönelik varsayımlarda bir davranışın neden sergilendiğinin anlaşılması, çalışanların işyerlerine olan güven duygusuyla aidiyet duygusunu geliştirecek ve verimli çalışma güdüsünü arttıracaktır. Bu derleme çalışması çalışanlarıyla daha iyi iletişimde olması istenen, örgütsel davranış teorilerine hakim olması arzulan lojistik sektörü yöneticilerine, akademisyenlere ve araştırmacılara ithafen yapılmıştır. Bu çalışma personelin yöneticileri tarafından davranışlarının anlaşılması, yorumlanması, değerlemesi noktasında örgütsel davranış kavramlarına ışık tutacak ve aidiyet duygusu ile iş tatmini yaşayacak personelin performans gelişimine etki edecek ve farkındalık yaratacaktır. Bu süreçte sektöre yansıtacak ve bazı lojistik performans endeksi kriterlerine etki edecektir.

Gelişim sağlamak bir bütünü ifade eder ve insana yönelik varsayımlar çoğu sektörde olduğu gibi lojistik sektörünün gelişimine de katkı sağlayacak gerçekliğe sahiptir.

KAYNAKÇA

- Alav, O. (2020). Kitle İletişim Araçları Medya: Medya'nın birey ve toplumsal yapıya etkileri, İstanbul: Hiperlink
- Allen, D.E. & Guy, R. F. & Edgley, C.K. (1980). Social Psychology as Social Process. California: Wadsworth Publishing Company.
- Allport GW: Pattern and Growth in Personality. Holt, Reinhart & Winston; 1961.
- Atak, H. (2013). On-maddeli Kişilik Ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanması. Nöropsikiyatri Arşivi, 50, ss. 312-319.
- Boyd, R. L., & Pennebaker, J. W. (2017). Language-based personality: a new approach to personality in a digital world. Current opinion in behavioral sciences, 18, 63-68.
- Buss, D. M. (2008). Human nature and individual differences: Evolution of human personality, içinde Handbook of personality: Theory and research, ss. 29-60, John O. P., Robins, R. W., & Pervin, L. A. (Ed.). The Guilford Press.
- Cankurt Semiz, S. & Yurttaş, N. & Başak. N. (2018). Mekansal Algı Kavramı ve İç Mekan Tasarım İlişkisi. Atlas, 23-30.
- Ceylan, A., & Ulutürk, Y. H. (2011). Rol belirsizliği, rol çatışması, iş tatmini ve performans arasındaki ilişkiler. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 7(1), 48-58.
- Cofnas, N. (2020). Evolutionary explanations and the debunking of moral beliefs (Doctoral dissertation, University of Oxford).
- Demirhan, G., & Altay, F. (2001). Lise birinci sınıf öğrencilerinin beden eğitimi ve spora ilişkin tutum ölçeği II. Spor Bilimleri Dergisi, 12(2), 9-20.
- Diñçel, S. (2014). Lojistik sektöründe girişimcilik; Örnek bir firma incelemesi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi Bilim Dalı, 65.
- Diñçel, S. (2019). Girişimcilik. İstanbul: Togan Yayınevi.
- Diñçel, S. (2016). Lojistik Yönetimi ve Girişimcilik. İstanbul: Hiperlink
- Ferdinand, V. A. (2015). Inductive evolution: cognition, culture, and regularity in language. (Doctoral dissertation, University of Edinburgh).
- Fındıkçı, İ. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Franzoi, S.L. (2003). Social Psychology. (Third Edition). Boston: Mc. Graw Hill.
- Freud S. (1905). Three Essays on the Theory of Sexuality. Basic Books
- Gartman, D. (2012). Bourdieu and Adorno: Converging theories of culture and inequality. Theory and society, 41(1), 41-72.
- Güllü, M., & Güçlü, M. (2009). Ortaöğretim öğrencileri için beden eğitimi dersi tutum ölçeği geliştirilmesi. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 3(2), 138-151.

- Güney, S. (2011). Örgütsel davranış. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gürgen, H. (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi. İstanbul: Der Yayınları.
- Hilgard, Ernest R., Atkinson, R.C. and Atkinson, R. L. (1971). Introduction to Psycology. (Fifth Edition). New York: Harcourt Broce Jovanovich
- Horzum, M.B. & Ayas, T., & Padır, M.A., (2017). Beş faktör kişilik ölçeğinin Türk kültürüne uyarlanması. Sakarya University Journal of Education, 7 (2), ss. 398-408. <https://www.worldbank.org>
- Johannessen, S., & Solem, O. (2002). Logistics organizations: ideologies, principles and practice. The International Journal of Logistics Management, 13(1), 31-42.
- Kagan J: Galen's Prophecy (1998). Temperament in Human Nature. Basic Books
- Keesing, R. M. (1974). Theories of culture. Annual review of anthropology, 3, 73-97.
- Kittur, A., and Kraut, R. E. (2010). Beyond wikipedia: Co- ordination and conflict in online production groups. In Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Sup- ported Cooperative Work, CSCW '10, 215–224. New York, NY, USA: ACM.
- Koçel, T.(2001). İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon,Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern-Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar, 8. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Krech, D. & Crutchfield, R.S. & Ballachey, E. L. (1962) Individual in Society, A Textbook of Social Psychology, Mc-Graw Hill, New York.
- Krech, D. & Crutchfield, R. S. (1980). Sosyal Psikoloji. (Çev. Erol Güngör). (Üçüncü Baskı). İstanbul: Ötüken Yayın.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University.
- Kuşlvan, Z. (1999).“ Örgütlerde Motivasyonun Önemi ve Kullanılan Motivasyon Araçları”, Human Resourses:İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi, Yıl:3, Sayı:3, 55-64.
- Lumenlearning.(t.y.). <https://www.lumenlearning.com/boundless-psychoology/chapter/introduction-to-perception/> (26 Mart 2021).
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2008). The five-factor theory of personality. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), Handbook of personality: Theory and research (pp. 159–181). The Guilford Press.
- McCrae, R. R., & Löckenhoff, C. E. (2010). Self-regulation and the five-factor model of personality traits. In R. H. Hoyle (Ed.), Handbook of personality and self-regulation (pp. 145–168). Wiley-Blackwell.
- McCrae, R.R., & John, O.P., (1992.) An introduction to five factor model and its applications. Journal of Personality, 60, ss. 175-215.
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. Jr (2001) Communication Theories, (5th Ed.), Longman, New York.

- Sevi Tok, E. S., & Arkar, H. (2012). Psikobiyolojik Kişilik Modeli ile Beş Faktör Kişilik Kuramının Türk örnekleminde karşılaştırılması. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 13(4).
- Seyyar, A. (2007). İnsan ve Toplum Bilimleri Terimleri Ansiklopedik Sosyal Bilimler Sözlüğü. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Soto, C.J. & Kronauer, A. & Liang J.K. (2016). Five-Factor Model Of Personality, *Encyclopedia Of Adulthood And Aging*, ss. 506-510, Whitbourne, S.K. (Ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., & Akgemci, T. (2015). Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış. İstanbul:Eğitim Yayınevi.
- Telman, N. & Ünsal, P. (2005). İnsan İlişkilerinde İletişim. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Thomas A. & Chess, S. & Birch, H.G. (1970). The origin of personality. *Sci Am*, 223:102-109.
- Tutar, H. & Yılmaz, K. & Erdönmez, C. (2006). İşletme Becerileri Grup Çalışması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vural, B. A. (2003). Kurum Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Waterson, P.E. (2014). Patient safety culture – Setting the Scene. In P.E, Waterson (Ed.). *Patient Safety Culture: Theory, Methods And Application*. Farnham: Ashgate.
- Yang, D., Halfaker, A., Kraut, R. E., & Hovy, E. H. (2016). Who Did What: Editor Role Identification in Wikipedia. In ICWSM(pp. 446-455).

7. BÖLÜM

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİYLE MÜCADELENİN ÖNÜNDEKİ BARİKAT: NEOLİBERALİZM

Dr. Selçuk GÜRÇAM,

Iğdır İl Özel İdaresi,

selcukgrcm@gmail.com,

ORCID: 0000-0003-0426-329X

GİRİŞ

Deniz seviyeleri yükseliyor, yediğimiz ve kolayca bulabildiğimiz çoğu yiyeceğin üretiminde sorun yaşanıyor, okyanuslar asitleniyor, ekosistemler değişiyor ve bazı türler bu değişime uyum sağlarken, çoğunluk bu değişime sağlayamıyor. Çoğu kanıt, bu değişimlerin Dünya'nın atmosferinde yaşanan karbondioksit ve diğer sera gazlarının artışına (insan kaynaklı) bağlı olduğunu gösteriyor (IPCC, 2018).

Bilim insanları, Sanayi Devrimi'ni atmosferin yapısında bulunan sera gazlarının hızla yoğunlaşmaya başlamasında bir milat olarak kabul etmektedirler. Tarım, makineleşme, ulaşım, finans ve demografik gibi küçük devrimlerden doğan Sanayi Devrimi, geçmişten farklı olarak yeni bir üretim ve tüketim modeli yaratmıştır. O dönemden itibaren olağandışı kaynak kullanımı, tüketim, nüfus artışı (1750'li yıllarda ortalama dünya nüfusu 800 milyon civarıyken, günümüzde 8 milyar civarındadır), büyüyen enerji ihtiyacı ve bu ihtiyacı gidermek için fosil yakıtların kullanımı Dünya'yı yeni bir dönem içerisine sokmuştur. Bilim insanları tarafından da Antroposen (İnsan Çağı)

olarak adlandırılan bu dönem, insanın doğa üzerinde etkisinin had safhaya ulaştığı bir jeolojik dönem olarak tanımlanmaktadır (Acciona, 2021). İklim değişikliği dünya tarihi boyunca her zaman var olmuştur. Ancak Sanayi Devrimi sonrasında yani yaklaşık 150 yıldır görülen küresel sıcaklık artışı, bu doğal döngünün bir parçası değildir. Çünkü bu değişimin temel nedeni insan faaliyetleridir ve bu faaliyetler sonucunda doğal sera etkisine ek olarak insan kaynaklı sera etkisi ortaya çıkmıştır (Enel Green Power, 2021). Bu dönemden itibaren insanlar tarafından olağan akışın dışında milyonlarca metrik ton sera gazı atmosfere salınmış ve böylelikle günümüzde küresel sıcaklıklar sanayi öncesi döneme kıyasla ortalama 1,2°C yükselmiştir (Lindsey ve Dahlman, 2021). Ancak günümüzde uygulanan mevcut politikaların devam etmesi durumunda, yüzyılın sonuna kadar sıcaklıkların 2,7°C'ye yükselmesi beklenmektedir (Climate Action Tracker, 2021).

İklim değişikliğinin küresel bir sorun olarak ele alınması açısından, 1988 yılında Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından kurulan Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC), her düzeydeki hükümetlere iklim politikaları geliştirmek için kullanabilecekleri bilimsel bilgiler sunmayı amaçlamaktadır (IPCC, 2021). Bu amaçla da 1990 yılında IPCC, insan faaliyetlerinden kaynaklanan sera gazlarının atmosferik konsantrasyonlarını önemli ölçüde artırdığını belirten ilk değerlendirme raporunu yayınlamıştır. Bu rapor, insan faaliyetlerinin Dünya'nın ısınmasına ek bir katkısı olduğunu belirtmektedir (IPCC, 1990). Bu çerçevede 1992 yılında iklim değişikliğiyle mücadelede temel çerçeveyi belirleyen Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS) imzalanmış ve 1994 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu sözleşme, iklim değişikliğiyle mücadelede 1997 yılında imzalanan ve 2005 yılında yürürlüğe giren Kyoto Protokolü ve 2015 yılında imzalanan ve 2016 yılında yürürlüğe giren Paris Anlaşması'nın da temellerini oluşturmuştur. İklim değişikliğiyle mücadele günümüzde Paris Anlaşması çerçevesinde devam etmektedir (Gürçam, 2022, ss. 7–9).

İklim değişikliğiyle mücadele sürecinde hâkim güç; büyük güçler ve şirketlerdir. Bu hükümetler, şirketler ve diğer büyük kuruluşlar kısa vadeli ve tüm insanlığın ortak çıkarları üzerine kurulmamıştır. Tam tersine bu hâkim kurumlar kendi vatandaş ve paydaşlarının çıkarlarını diğer ülke paydaş ve vatandaşlarının çıkarları karşısında koruma üzere gelişmiş ve büyümüştür. Bu sebeple bu kurumların liderleri tarafından iklim değişikliğiyle mücadele sürecinde göstermelik bir ilgi sunulması aslında kendi rekabetçi kimliklerini korumak için yapılmaktadır. Bu sebeple de iklim değişikliğiyle mücadele süreci başladığından itibaren baltalanmaktadır. Çünkü söz konusu iklim sisteminin

korunması ve dünyanın uzun vadeli çıkarları olduğu zaman, bu kurumların kısa vadeli ulusal ve kurumsal çıkarları ön plana çıkmaktadır (Brecher, 2015).

Neoliberalizmin büyük çelişkisinden bir tanesi devletlerin geri çekilmesini talep ederken, aynı zamanda birçok büyük işletme ve kurum devlet tarafından sağlanan sübvansiyonları almak için uğraşmakta ve devletlerden bunları talep etmektedir. İdeolojinin başka bir çelişkisi ise, bir yandan anti-sosyal devlet politikaları ile ulusal egemenliği aşındırma rolünü üstlenirken, diğer yandan iklim değişikliği gibi küresel çapta yıkıcı bir piyasa başarısızlığı ile mücadelede devletlerin öncü rol üstlenmesinden başka bir alternatif bulunmamaktadır (Konuralp, 2020; Konuralp ve Bicer, 2021). Bununla birlikte neoliberalizmin, sorunları ortaya çıkarma ve bunlarla mücadele etme gibi görünme işlevi de göstermektedir. Daha açık ifadeyle, sürekli bir ekonomik büyüme, özel mülkiyet, serbest piyasa ve kâr gibi çevresel krizler yaratan bir anlayışla yaklaşanların, çevresel krizlerin çözümünde yine kar getirecek yeni yollar bularak egemenliklerine devam ettikleri bir sistemdir (Corporate Watch, 2016, ss. 7–8). Bu teorik yaklaşımla, küresel iklim değişikliğinin 30 yıla yakın bir süredir devam eden mücadele sürecinde istenilen başarının neden sağlanamadığını sorgulamaktadır. Bu itibarla, konunun daha iyi anlaşılması adına, iklim değişikliği ve iklim değişikliğiyle mücadele süreci kronolojik olarak ele alınmış, neoliberalizmin temel argümanları ortaya konulmuş ve bu çerçevede iklim değişikliği ve neoliberalizm tartışılmıştır. Özellikle neoliberalizm ve onun uluslararası ilişkilere getirdiği hâkim paradigmaya eleştirel olarak yaklaşan bu çalışma sonucunda, ortaya konan argümanlarla iklim değişikliğiyle mücadelenin neden başarı sağlayamadığı daha iyi anlaşılabilir olacaktır.

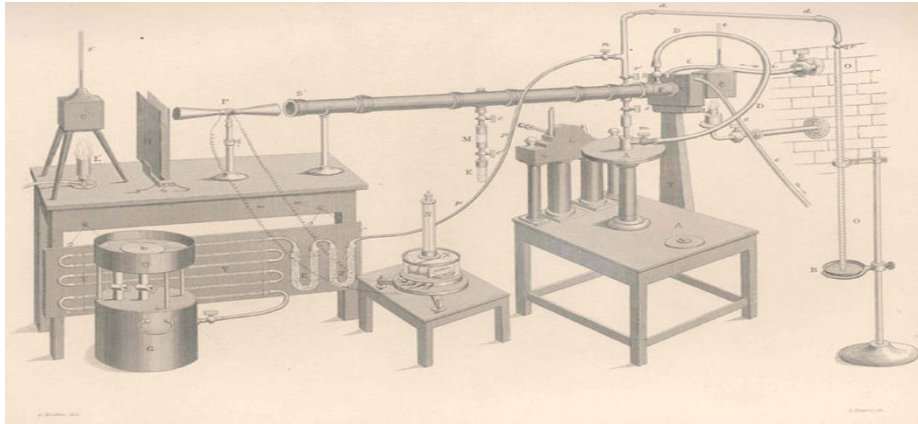
İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE MÜCADELE SÜRECİNİN KRONOLOJİK KISA GEÇMİŞİ

1712 yılında İngiliz hırdavatçı Thomas Newcomen tarafından ilk buharlı motor icat edilerek Sanayi Devrimi'nin ve endüstriyel ölçekte kömür kullanımının önü açılmıştır (Black, 2013; Corfield, 2013). 1800'lü yıllarda atmosferdeki karbondioksit oranı yaklaşık 290 ppm (milyonda parçacık), dünya nüfusu ise yaklaşık 1 milyar civarındadır (Benton, 1970, s. 898; Black, 2013; Weart, 2008; Woodwell, 1978, s. 34).

1822 yılında Fransız matematikçi ve fizikçi Jean-Baptiste Joseph Fourier, *Théorie analytique de la chaleur* (Isının Analitik Teorisi) adlı kitabında ısı akışı üzerine çalışmasını yayınlamıştır. Dünya'nın sıcaklığına matematiksel perspektifle yaklaşan ilk kişidir. Çalışmasında, gece ile gündüz, yaz ile kış

arasındaki sıcaklık değişimlerini ele almıştır. Böylelikle, güneşten gelen ışınların yalnızca ısınma etkisi olması durumunda bile dünyanın sıcaklığının olduğundan daha soğuk olması sonucuna varırken, dünya atmosferinin yalıtkan bir özellik sergileyerek dünyanın ısınmasına katkı sağladığını hesaplamıştır. Bu çalışması günümüzde sera etkisi olarak adlandırılan durumun formülasyonudur (Dufresne, 2006; Lynch, 2019; Weart, 2008).

1859 yılında fizik profesörü, matematikçi, jeolog, atmosferik bilim adamı John Tyndall, bazı gazların radyasyon özelliklerini incelemeye almıştır (Graham, 1999). Bu incelemesine, gerçekten atmosferde bulunan gazların ısıyı tutma özellikleri olup olmadığını bulmak için yola çıkmıştır (Weart, 2008). İncelemeye aldığı gazlar su buharı, “karbonik asit” (şimdi karbondioksit olarak bilinir), ozon ve hidrokarbonlardı. Gazların ısı emilimini ölçmek için Şekil 1’de gösterilen cihazı kullanmıştır. Bu incelemeler sonucunda, tamamen renksiz ve görünmez gazların ve buharların ayrı ayrı ısıyı emme özelliklerini keşfetmiştir. Isı radyasyonunu emme bakımından su buharı, karbondioksit ve ozon moleküllerinin iyi emiciler olduğu sonucuna varmıştır (Graham, 1999). Bu dönemde (1850-1890) dünyanın ortalama sıcaklığı 13.6°C’dir. Yine bu dönemde, kömür kullanımı artarken, demiryolu ve arazi temizleme çalışmaları da artmıştır. Bunların sonucunda iyi tarım ve sanitasyon nüfus artışını hızlandırmıştır (Weart, 2008).



Şekil 1. Gazların ısı emilimini ölçmek için John Tyndall’ın kullandığı cihazı

Kaynak: (Jackson, 2019)

1896 yılında Svante Arrhenius, atmosferde artan karbondioksit ve su buharının yeryüzünün sıcaklığı üzerinde etkisi olduğunu öne sürmüştür (Hamblyn, 2009, s. 224; Stannard, 2018, s. 1). Ayrıca, atmosferik karbondioksit

ile sıcaklık arasında ilişki olduğunu, su buharı ve karbondioksitin güneş ışınlarını emmesi dolayısıyla dünyanın yüzey sıcaklığının yükselmesine neden olacağını öne sürmüştür (Hamblyn, 2009, s. 224). Bu duruma doğal sera etkisi denmektedir (Enzler, 2021). 1900 yılına gelindiğinde İsveç’li Knut Angstrom atmosferde bulunan küçük konsantrasyonlarda bile CO₂’nin kızılötesi spektrumun kısımlarını güçlü bir şekilde emdiğini keşfetmiş ancak bu keşfin önemi konusunu tam olarak anlamasa da eser bir gazın sera ısınmasına neden olabileceğini göstermiştir (Ångström, 1929, s. 156; Black, 2013).

I. Dünya Savaşı döneminde (1914-1918) hükümetler endüstriyel toplumları harekete geçirerek kontrol etmeyi öğrendiler (Weart, 2008). 1920-1925 yılları arasında bir başka fosil yakıt türü olan ve iklim değişikliğinde önemli pay sahibi olan petrol kuyularının Teksas ve Basra sahalarında açılması sera gazı salımlarını hızlandırırken, ucuz enerji çağını da başlatmıştır (Weart, 2008). 1927 yılına gelindiğinde ise fosil yakıtların kullanımından kaynaklanan sera gazı salımları yılda 1 milyar tona ulaşırken, 1930 yılında yaklaşık 100-150 yıl sonra dünya nüfusu 2 kat artarak 2 milyara ulaşmıştır (Black, 2013). 1938 yılına gelindiğinde ise İngiliz mühendis Guy Callendar tarafından 147 hava istasyonu verileri kullanılarak yapılan ölçümler sonucunda, küresel sıcaklıkların önceki yüzyıla oranla arttığını tespit etmiştir. Aynı zamanda bu dönemde CO₂ konsantrasyonlarının da arttığını ve bununla ısınmaya neden olduğunu öne sürmüştür (Baucom ve Omelsky, 2017, s. 8; Black, 2013; Weart, 2008).

1945 yılında iklim değişikliğini anlamak adına Amerika Birleşik Devletleri Deniz Araştırmaları Ofisi çeşitli bilim adamlarına büyük miktarlarda fon sağlamaya başlamıştır (Weart, 2008). 1955 yılına gelindiğinde ABD’li Gilbert Plass geliştirmiş olduğu bir cihazla çeşitli gazların kızılötesi absorpsiyonunu ayrıntılı olarak incelemiştir. Bu incelemeyle, CO₂ konsantrasyonlarının iki kat artması durumunda sıcaklıkların 3-4°C arasında artacağı sonucuna varmıştır (Black, 2013; Plass, 1956, s. 142; Weart, 2008).

1955 yılında Charles David (Dave) Keeling tarafından geliştirmiş olduğu ekipmanlar ile Hawaii’de bulunan Mauna Loa ve Antartika’da atmosferik CO₂ emisyonlarının ölçümlerine başlamıştır. Bu araştırma sonucunda CO₂ emisyonlarının arttığına dair ilk kanıt sunulmuştur. Halende faal olan araştırma merkezlerinde yapılan ölçümler sonucunda, CO₂ emisyonları 315 ppm ve ortalama küresel sıcaklıkta (5 yıllık ortalama) 13.9°C ölçülmüştür (Black, 2013; Tans ve Bolin, 2006, s. 329; Weart, 2008). 1958 yılında yapılan teleskop çalışmaları sonrasında yoğun sera gazına sahip Venüs gezegeninde sıcaklığın suyun kaynama noktasının üzerinde olduğunu anlaşılmıştır (Weart, 2008). 1960 yılına gelindiğinde dünya nüfusu 3 milyarı bulurken, 1965 yılında ABD

Başkanının Danışma Komitesi Paneli, sera etkisinin bir “gerçek endişe” meselesi olduğu konusunda uyarıda bulunmuştur. 1972 yılında geldiğinde ise dünya nüfusu yaklaşık 4 milyara ulaşırken, 5-16 Haziran 1972 tarihleri arasında İsveç'in Stockholm kentinde, Birinci Dünya Zirvesi olarak da bilinen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı (UNCHE) düzenlenmiştir. Bu konferansla ilk kez, sınır ötesi hava ve su kirliliği gibi artan uluslararası çevre sorunlarını tartışmak için dünya liderleri ve bilim adamları bir araya gelmiştir. Bu konferans sonucunda, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) oluşturulmuştur (Black, 2013; Ivanova, 2007, s. 328; Maier, 2010, s. 712; Paglia, 2021; Seyfang, 2003, s. 224).

1975 yılında küresel ısınma terimi ABD’li bilim adamı Wallace Broecker tarafından bilimsel bir çalışmanın başlığında kullanılarak kamuya açık hale gelmiştir (Krajick, 2019). 1987 yılında ise dünya nüfusu büyük bir hızla artmaya devam ederek 5 milyara ulaşmıştır. Aynı yıl Viyana Sözleşmesi’nin Montreal Protokolü kabul edilerek ozon tabakasına zarar veren çeşitli kimyasalların kısıtlanması sağlanmıştır. Her ne kadar iklim değişikliği bağlamında bu protokol ele alınmasa da sera gazları üzerinde yapmış olduğu etkiyle Kyoto Protokolü’nden etkili olduğu ileri sürülmektedir (Black, 2013; Velders, Andersen, Daniel, Fahey ve McFarland, 2007, s. 4814; Weart, 2008).

1988 yılında yapılan Toronto Konferansı kısa ömürlü olsa da çevre aktivistlerinin etkisinin olduğu bir konferans olmuştur (Anderson, Hawkins ve Jones, 2016, s. 44). Konferans, sera gazı salımlarının azaltılmasına yönelik katkı ve özel sınırlamalar getirilmesi konusunda çağrıda bulunmuştur. Ayrıca iklim değişikliğinin neredeyse bir nükleer savaş kadar ciddi olduğunu ileri sürmüştür (Gupta, 2010, s. 638). 1988 yılında Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) ve UNEP tarafından küresel ısınma ve küresel iklim değişikliğinin incelenmesine yönelik bir forum olan IPCC kurulmuştur. IPCC, bu tarihten sonra iklim değişikliği ile mücadelede tüm dünyaya sunmuş olduğu verilerle iklim değişikliğiyle mücadelenin bilimsel tabanını oluşturacaktır. IPCC’nin temel amacı, iklim değişikliğine ilişkin mevcut bilgileri değerlendirmek, politika yapıcılara, bilim adamlarına ve kamuoyuna iklim değişikliğiyle değerlendirmeler sunmaktır (Solomon, 2007).

IPCC tarafından 1990 yılında yayınlanan ilk değerlendirme raporunda, dünyanın ısındığını ve muhtemel ilerleyen zamanlarda bu ısınmanın devam edeceğini belirtmiştir. Son yüzyılda sıcaklıkların 0,3-0,6°C arasında arttığı, atmosferin bir bileşeni olan sera gazlarının artışında insanlığın katkısı olabileceğini belirtmiştir (Black, 2013; IPCC, 1990; Weart, 2008). 29 Ekim - 7 Kasım 1990 tarihleri arasında düzenlenen II. Dünya İklim Konferansı’nda iklim

değişikliğinin etkilerine dâhil farkındalığı artırmak için özel bir çaba sarf edilirken, Bakanlar Deklarasyonu'nda iklim değişikliğinin küresel bir sorun olduğu ifade edilmiştir. Aynı zamanda geç olamadan bir sözleşme üzerinde acil bir çaba gösterilmesi gerekliliği doğduğundan, Genel Kurul 1992 yılında Rio de Janeiro'da Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nın toplanmasına karar vermiştir. 1992 yılında ABD'nin çeşitli engellerine rağmen, temel olarak atmosferdeki sera gazı konsantrasyonlarının iklim sistemine tehlikeli antropojenik müdahalesini önleyecek bir seviyede stabilize edilmesini amaçlayan BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi imzalanmıştır. Anlaşmayla her ne kadar bağlayıcı yükümlülükler olmasa da gelişmiş ülkeler sera gazı salımlarını 1990 yılı seviyelerinde tutmayı kabul etmişlerdir (Ashe, Lierop ve Cherian, 1999; Black, 2013; Weart, 2008). IPCC tarafından 1995 yılında yayınlanan 2. Değerlendirme Raporu'nda, dünyanın sıcaklığı üzerinde artık "fark edilebilir bir insan etkisi" olduğu sonucuna varılmıştır. Bu rapor, sera etkisi ve dolayısıyla küresel ısınma üzerinde insanlığın sorumlu olduğuna dair kullanılan ilk kesin ifade olmuştur Aynı tarihte Antarktika kıtasında mevcut buzulların parçalandığına dair raporların yayınlanması kamuoyunun küresel ısınmaya dikkatini çekmiştir (Black, 2013; IPCC, 1995; Thompson, 2016; Weart, 2008).

1997 yılına gelindiğinde ise iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir adım olarak görülen Kyoto Protokolü kabul edilmiştir. Protokol, 37 sanayileşmiş ülke ve geçiş halindeki ekonomiler ile Avrupa Birliği için emisyon hedeflerini uluslararası piyasa mekanizmalarına bağlayarak, 2008-2012 döneminde emisyonları 1990 yılı emisyon seviyelerine kıyasla yüzde 5 aşağı çekmeyi taahhüt ettirmiştir. Fakat protokol ancak 8 yıl sonra yani 2005 yılında protokolden belirtilen şartların sağlanmasından sonra yürürlüğe girmesi, ABD'nin 2001 yılında protokolden çekilmesi gibi nedenlerle protokolden istenilen verim alınamamıştır (Birleşmiş Milletler, 2021; Black, 2013; Bohringer, 2003, s. 451; Rosen, 2015). IPCC'nin 2001 yılında yayınlanan 3. Değerlendirme Raporu'nda 20. yüzyılın sonlarında yaşanan sıcaklık artışının insanlığın neden olduğu sera gazı salımından kaynaklandığına dair güçlü kanıtlar sunulmuştur. Halihazırda meydana gelen ölümcül ısı dalgaları, devasa kasırgalar ve diğer aşırı hava olaylarının ilerleyen zamanlarda daha da şiddetleneceği belirtilmiştir (Black, 2013; IPCC, 2001). 2006 yılına gelindiğinde, fosil yakıt kullanımı ve endüstrisinden kaynaklanan sera gazı salımı yıllık 8 milyar tona ulaşmıştır (Black, 2013).

IPCC'nin 2007 yılında yayınlanan 4. Değerlendirme Raporu'nda insanlığın sera etkisi ve dolayısıyla iklim değişikliği üzerindeki etkisinin yüzde 90'ndan fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Karbondioksit, metan ve azot oksit seviyeleri,

insan faaliyetleri nedeniyle sanayi öncesi seviyelere göre önemli ölçüde artmıştır. CO₂'nin küresel ortalama konsantrasyonu, sanayi öncesi dönemde 280 ppm'e kıyasla 2005'te 379 ppm'e yükselmiştir (IPCC, 2007). Mauna Loa gözlem evinde araştırmaya başladıktan sonra, Keeling projesi kapsamında 1958 yılında ölçülen 315 ppm CO₂ konsantrasyonları, 2008 yılında yani yalnızca yarım yüzyıl içerisinde 380 ppm'e yükselmiştir. Aynı yıl göreve gelen ABD Başkanı Barack Obama, iklim değişikliği konusunda küresel bir işbirliği yapılacağına sözünü vermiştir (Black, 2013; UPS Battery Center, 2018). IPCC insan kaynaklı iklim değişikliği üzerine yapmış olduğu çalışmalarından dolayı Nobel Barış ödülüne layık görülmüştür. Aynı yıl 2009 yılının sonuna kadar Kyoto sonrası yeni bir iklim anlaşmasını imzalama üzere iki yıllık Bali yol haritası üzerinde anlaşmaya varılmıştır (Black, 2013). 2009 yılında Çin, her ne kadar kişi başı sera gazı salımında ABD'den geride olsa da toplam salım oranlarında dünyanın en büyük sera gazı salımı yapan ülkesi ABD'yi geride bırakarak ilk sıraya yükselmiştir (Black, 2013). 2009 yılında Kopenhag Konferansı, Aralık 2007'de COP/13 tarafından başlatılan Bali Yol Haritası kapsamında uluslararası iklim değişikliği işbirliğini geliştirmeye yönelik iki yıllık bir müzakere sürecinin doruk noktası olmuştur. Kamuoyu ve medyanın eşi benzeri görülmemiş ilgisine maruz kalan konferansa, hükümetler, sivil toplum kuruluşları, hükümetlerarası kuruluşlar, inanç temelli kuruluşlar, medya ve BM kurumlarını temsil eden 40.000'den fazla kişi akreditasyon için başvurmuştur (Earth Negotiations Bulletin, 2009). 2011 yılına gelindiğinde ise dünya nüfusu 7 milyara ulaşırken, veriler neticesinde sera gazı salımlarının geçmiş yıllara oranla hızla arttığı görülmüştür (Black, 2013).

2012 yılında 3,41 milyon km² ile 1979 yılında ölçümlerine başlanan Arktik deniz buzu, en düşük yaz örtüsü seviyesinin yaşandığı yıl olarak kayıtlara geçmiştir (Black, 2013). 2013 yılında Hawaii'deki Mauna Loa Gözlemevi 1958 yılında başlamış olduğu ölçümlerden bu yana ilk kez günlük CO₂ konsantrasyonunun 400 ppm'i aştığını bildirmiştir (Showstack, 2013, s. 192). 2013 yılında yayınlanan IPCC'nin 5. Değerlendirme Raporu'nda, 1950 yılından bu yana bilim insanları küresel ısınmanın sebebinin insan kaynaklı olduğu yönünde yüzde 95 hem fikir olduklarını ifade etmişlerdir (Black, 2013; European Commission, 2013).

2015 yılında bilim insanları Batı Antarktika'da yaşanan buz tabakası çöküşünün döndürülemez olabileceğini ve bunun deniz seviyesinde metrelerce yükselmeye neden olabileceğini belirtmişlerdir Aynı yıl iklim değişikliğiyle mücadele açısından önemli bir adım olarak görülen Paris Anlaşması imzalanmıştır (Weart, 2008). 196 ülke tarafından kabul edilen anlaşma, uzmanlara göre tarihteki en önemli iklim anlaşması olarak ifade edilmiştir. İklim

değişikliğiyle mücadele sürecinde imzalanan diğer anlamaların aksine, ülke ayrımı yapmadan neredeyse tüm ülkelerin emisyon azaltım hedefi belirtmesini vurgulamıştır. Ancak anlaşma ülkelere, kendi Niyet Edilen Ulusal Olarak Belirlenmiş Katkılar (INDCs) hedeflerini belirleme hakkı verirken, belirledikleri hedefleri gerçekleştirip gerçekleştirmediklerini düzenleyecek bir yaptırım mekanizmasını oluşturmamıştır. Anlaşma temel misyon olarak, küresel sıcaklıkları sanayi öncesi döneme göre 2°C'nin altında ve mümkünse 1,5°C sınırlamayı belirlemiştir (Council on Foreign Relations, 2021). IPCC tarafından 2018 yılında yayınlanan raporda: 2030 yılına kadar sera gazı salımlarında net bir düşüş olması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca raporda, iklim değişikliğinin daha güçlü fırtınalar ve tehlikeli ısı dalgaları dâhil olmak üzere yıkıcı sonuçlara neden olabileceği vurgulanırken, Paris Anlaşması'na taraf ülkelerin daha güçlü hedefler konusunda hemfikir olmadığına da değinmiştir (Council on Foreign Relations, 2021; Weart, 2008).

2019 yılına gelindiğinde ise BM Genel Sekreteri Antonio Guterres COP/25 öncesi dünya devletlerine çağrıda bulunarak, 2020 yılında sunulacak katkı beyanlarının revize edilerek sunulması açısından bu konferansın fikir alışverişinde bulunmak için bir şans olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Guterres, taraf ülkelerden 2030 yılına kadar salım yaptıkları sera gazlarını yüzde 45 oranında düşürecek ve 2050 yılına kadar ise karbon nötrlüğü sağlayacak plan sunmalarını istemektedir. Ancak bu çağrıya dünya sera gazı salımında en büyük paylara sahip Çin ve ABD dâhil olmak üzere çoğu ülke katılmıyor. (Council on Foreign Relations, 2021). Genel Sekreter Guterres tarafından kaçırılmış bir fırsat olarak da nitelenen COP/25, küresel ortalama sıcaklıklar 14,8°C ile binlerce yılın en yüksek seviyesine çıkarken, CO₂ konsantrasyonları ise 415 ppm ile milyonlarca yılın en yüksek seviyesi yükselirken ve bilim adamlarının yaptığı korkunç uyarılara ve dünya çapındaki tüm protestolara rağmen iklim değişikliğiyle mücadelede bir ilerleme kaydedilmemesiyle dikkat çekmektedir. Konferans sonucunda yayınlanan bildirmede ülkelerden Paris Anlaşması kapsamında verdikleri katkı beyanlarını artırmaları yönünde bir çağrıda bulunulmuyor (Council on Foreign Relations, 2021; Weart, 2008).

2020 yılında COVID-19 pandemisi dolayısıyla, Kasım 2020 tarihinde planlanan Taraflar Konferansı'nın 26. toplantısı (COP/26), BM tarafından 2021 yılına ertelenmiştir. Glasgow'da yapılması planlanan ancak ertelenen toplantıdan sera gazı azaltımı konusunda hedeflerin revize edilmesi yönünde beklentiler vardı. Bu doğrultuda, pandemi dolayısıyla dünya genelinde yaşanan ekonomik kısıtlamalar sera gazı salımında düşüşler yaşanmasına katkı sağlasa da üretim baskısı dolayısıyla devletlerin kısa zaman içerisinde üretimlerini

artırması ve sera gazı salımında yaşanan düşüşlerinin de uzun süreli olmayacağı uzmanlar tarafından tahmin edilmektedir. (Council on Foreign Relations, 2021)

NEOLİBERALİZM

Neoliberalizm, 1980’li yıllardan itibaren Batı ekonomisinden başlayarak hegemonik hale gelmiştir. Günümüzde de bu hegemonya devam etmekte olup, dünyamızı şekillendiren merkezi ekonomik ve politik alt yapıyı oluşturmaktadır. Düşünce, bireysel kurutuluşu devlet müdahalesinin olmadığı serbest piyasalarda görmektedir (Jones ve Stafford, 2021, s. 331; Liverman ve Vilas, 2006). Başka bir söylemle, hükümetler ve özel teşebbüslerin rollerinin yeniden tanımlanması (ulusal amaçlara ve hedeflere ulaşmak için devlet desteğinin geri çekilmesi ve özel teşebbüslerin öne çıkarılması) ve ulusal ile uluslararası serbest piyasa ve rekabetin gücünü geliştirmek amacıyla tasarlanmış bir dizi piyasa yanlısı fikir, değer ve politikardan oluşmaktadır (Lawrence, Richards ve Lyons, 2013, s. 31; Taylor Aiken, Middlemiss, Sallu ve Hauxwell-Baldwin, 2017, s. 5).

Liverman ve Vilas’a (2006) göre, neoliberalizm politik reçetesi geliştirmekte olan dünyada yapısal uyum şeklinde uygulanırken, uluslararası finans kurumları bunun yürütücüsü konumundadır. IMF, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü’nün yürütücüsü olduğu bu reçetede, mali disiplin ön plana çıkarılmış; kamu harcamalarının eğitim, sağlık ve altyapıya yeniden odaklanması; vergi reformu; piyasa oranlarında faiz ve döviz; azaltılmış veya tek tip ticaret tarifeleri; yabancı yatırıma açıklık; devlet işletmelerinin özelleştirilmesi; kuralsızlaştırma; ve mülkiyet haklarının güvence altına alınması temel hususlar olarak belirlenirken, Friedrich von Hayek ve Milton Friedman gibi iktisatçıların bu politik reçetesi, İngiltere’de Thatcher ve ABD’de Reagan tarafından onaylanmış; Şili’de Pinochet, Türkiye’de Özal tarafından da coşkuya karşılanmıştır. Andrew, Kaidonis ve Andrew (2010) tarafından “kapitalist hakemler” olarak neoliberal düşünceye hizmet eden hükümetlerin temel işlevi; işleyen bir hukuk sistemi ve temel alt yapı gibi sermaye birikimine olanak sağlayan sistem ve temellerin oluşturulmasıyla birlikte, sürdürülmesini sağlamak olarak tanımlanmıştır.

Neoliberalizm ayrıca, küresel sistemde Washington konsensüsü ile birlikte büyük bankaları, ülkelerin maliye bakanlıklarını ve şirketlerin de hareketleri üzerinde kontrol sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle ideoloji, kamu otoritesinin argümanları olan, vergiler, yasal düzenlemeler, kamu yatırımları ve özel sektör kârını gözetmeyen tüm uygulamaların karşısındadır. Bu bağlamda, bu ideoloji, iklim değişikliği de dâhil olmak üzere çevresel sorunlara neden olan kurum ve şirketlere hareket serbestliği tanımaktadır. Bu kurumlara tanınan özelleştirme, kuralsızlaştırma, serbest ticaret ve vergi indirimleri gibi birçok iltimas,

kurumların daha fazla kâr biriktirmesine ve atmosfer dâhil tüm dünyayı bir nevi çöplüğe dönüştürmesi konusunda özgürleştirmiştir (Brecher, 2015). Neoliberalizme göre, çevresel sorunların ortadan kaldırılması için ekonomik büyüme ve serbest ticaretin artırılmasını gerekmektedir. Başka bir söylemle, çevresel sorunların son bulması için ekonomik büyüme tek çözüm yoldur (Clapp ve Dauvergne, 2005). Çünkü ekonomik büyüme gerçekleşirse, elde edilen gelir ile çevresel sorunlar çözüme kavuşturulacaktır. Ancak günümüzde gelenen noktada çevresel sorunların (özellikle de iklim değişikliğinin) azalması bir yana giderek daha da çözümsüzlüğe giden bir yola girmiştir. Bu sebeple, neoliberalizm ve onun uygulanmasına kolaylık sağlayan tüm politikalar iklim değişikliğiyle mücadeleyi çözümsüzlüğe iterek, önünde büyük bir barikat kurmaktadır. (Brecher, 2015; Konuralp, 2020).

TARTIŞMA

Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkardığı sonuçlar, günümüzde çevresel sorunların ve özellikle de iklim değişikliğinin temelini teşkil etmektedir. Sanayileşen, üreten, tüketen, kalabalıklaşan, enerji ihtiyacı artan ve fosil yakıtlarını kullanmaya başlayan dünya, o zamandan beri hızla büyümektedir. Bu durum atmosferin doğal yapısında bulunan sera gazlarının artırmış ve günümüzde küresel bir güvenlik sorunu olan iklim değişikliğine neden olmuştur. Dünya geliştirdi, ekonomiler büyüdü ve refah arttı ancak bu durumlar neoliberalizmin öne sürdüğü sera gazı salımlarını azaltmak için özel sektöre ve piyasa güvenilmesini, piyasaya zarar verecek kısıtlamaları sınırlamayı ve öncelikle büyüyen sonra temizlersiniz iddiasını doğrulamadı. İklim değişikliği müzakerelerinin başladığı 1990'lı yıllarda da bu görülmektedir. Bu müzakerelere katılımın artırılmasına yönelik çabalar gösterilirken, çözüme yönelik kısıtlayıcı ve zorlayıcı bir yaklaşım gösterilmemiştir. Çünkü yapılan müzakereler sonucunda ortaya çıkan sözleşme, gelişmiş devletlerin ve doğal olarak devletler içerisinde faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin "tarihsel sorumluluklarını" görmezden gelmiştir. Aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma vurgusu yapılırken, fosil yakıt üretiminin son hız devam ettiği bir dönemde sürdürülebilir kalkınma mümkün olmayacaktır. Ayrıca sözleşme, fosil yakıt üretimlerinin durdurulmasına yönelik kesin bir eylem veya hedef belirlememiştir. Bu sebeple, yapılan sözleşmelerin iyi niyet beyanından veya şirketlere hitap eden esnek hükümlere sahip maddelerden oluştuğunu söyleyebiliriz (Birleşmiş Milletler, 1992).

Neale'ın (2009, s. 61) da ifade ettiği gibi, şirketlerin kâr etme isteği bulunduğu sürece, iklim değişikliğiyle mücadelede ekonomik temelli çözümler, iklim değişikliği sorununu “çözemez.” Çünkü neoliberal sistem, sınırsız üretim ve tüketim anlayışından vazgeçmek yerine, daha fazla kâr elde etme anlayışıyla havayı bile satmaya yönelik uygulamalar geliştirmiştir. Kyoto örneğinde de görüleceği üzere gelişmiş ekonomiler, emisyon ticareti sistemiyle kendisine tanınan kirletme hakkını doldursa bile bu hakkı doldurmeyen ülkelerin kotasını parasını ödeyerek alabilmektedir. Bunun yanında karbon dengeleme ile de herhangi bir şekilde emisyon azaltımı yapmadan yoksul ve maliyeti düşük bir ülkedeki temiz enerji projelerine destek vererek kirletmeye devam etmektedirler. Daha açık ifadeyle, Kyoto Protokolü'nün getirmiş olduğu esneklik mekanizmaları (Temiz Kalkınma Mekanizması, Ortak Yürütme ve Emisyon Ticareti), sera gazlarının azaltımı yerine, “zorunlu araçlar” ve “gönüllülük esasına dayanan gönüllü karbon piyasası” gibi araçlarla büyük şirketler, yapmış olduğu çevresel zararların karşılığında hiçbir bedel ödmeden kârlarına kâr katmaya devam etmektedirler (Şahin, 2016). Hatta neoliberalizmin bu paradoksu, günümüzün en önemli küresel dışsallık olan iklim değişikliğiyle sözde mücadelede çarpıcı biçimde görülmektedir. Neoliberalizmin güçlendiği 1980'li yıllarda ortalama 340 ppm civarında olan CO₂ konsantrasyonları 2021 yılı itibarıyla 415,01 ppm'e, küresel sıcaklıklar ise sanayi öncesi döneme göre 1980 yılında 0,26°C'den, 2020 yılında 1.02°C'ye yükselmesi bu çelişkiye örnektir (NASA, 2021; NOAA, 2021).

İklim değişikliği, tarım, turizm, enerji sektörü, su, halk sağlığı gibi hayatın her alanını etkileyen çok boyutlu bir yapıya sahip olmasına rağmen, uzun bir dönemdir devam eden iklim değişikliğiyle mücadele süreci bir çözüm yolu olmamıştır. Çünkü bu çözümsüzlüğün önemli bir nedeni; neoliberal politikaların bir ürünü olan çok uluslu şirketlerin insan hayatından bile önemli olan çıkarlarıdır. Yani, neden olduğu iklimsel felaketin çözümüne yönelik bir çabadan ziyade, sürecin kendi lehine işlemesine yönelik adımlara daha fazla sera gazı salınmasına neden olarak devam etmektedir. Neale'in (2009, s. 208) de belirttiği üzere, neoliberal sistemin ürünleri iklim değişikliğiyle mücadelenin getirmiş olduğu yükten değil devletin ekonomik gücünü insanların hayatını kurtarmak adına harcamaktan nefret ettikleri için iklim değişikliğiyle mücadeleye yanaşmamaktadırlar.

İklim değişikliğiyle mücadelede günümüzde faal olan ve sözde büyük umutlar vaat eden Paris Anlaşması ise, aslında piyasalaştırma sürecinin bir parçasıdır. Paris Anlaşması'na giden yolda ve anlaşma sürecinde ifade edilen sözler ve vaat edilen fonlar, ekonomileri fosil yakıtlardan uzaklaştıracak şekilde formüle edilmemiştir. Paris Anlaşması müzakere sürecinde, aslında neoliberal

zeminde iklim değişikliğiyle mücadelede özel sektörden nasıl daha fazla faydalanılacağına odaklanıldığı görülmüştür. Çünkü Paris Anlaşması'nda vaat edilen fonların geldiğimiz süreçte zengin ülkeler tarafından yerine getirilmemesi bunun en büyük göstergesidir (Ciplet ve Roberts, 2017)

Neoliberalizmin iklim değişikliğiyle mücadelenin önünde engel olmasına neden olan bir başka paradoksu ise, IMF, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü gibi ideolojinin taşıyıcısı olan kurumlardır. Bu kurumlar, sermayenin devletlerin egemenlik duvarına çarpmaksızın küreselleşmesini isterken, aynı zamanda bir kriz durumunda ise devletlerin “kurtarıcı” rolünü ön plana çıkarmaktadırlar. Söz konusu kazanç ise devletleri büyümeye engel olarak görürlerken, söz konusu risk olduğu zaman ise en büyük fedakârlığı devletlerden beklemektedirler. Günümüzde hemen hemen her yerde görebileceğimiz ve uygulamaya konulan sürdürülebilir anlayışı aslında bu yapılanmanın temelini teşkil eden büyüme olgusunun revizyona uğramış halidir. Çünkü eğer bu sistem devam etmez ise kendilerinin yok olacağını bilmektedirler. Bu sebeple de hayatta kalmak ve iklim değişikliğiyle mücadele ediyor gibi görünmek adına şirketlerin ardı ardına “Sıfır Emisyon” gibi (Melvillev, 2021) taahhütlerde bulunmaları bunun bariz göstergesidir.

Babson (2020) neoliberalizmin özünde eşitsiz bir formda olduğunu, çünkü bu politikaların sosyo-ekonomik eşitsizlikleri azaltmak yerine artırdığını ifade etmektedir. Örnek olarak, ABD’de iklim değişikliğinden en fazla etkilenebilecek savunmasız bölgelerde siyahi topluluklar ikamet etmektedir. New Orleans’ta meydana gelen Katrina Kasırgası’nda hükümet tarafından fonların ırka dayalı olarak dağıtılması, siyah mahalleler olarak belirtilen yerlere eşit olmayan şekilde bir set ördüğünü ortaya çıkarmıştır. Bu aşırı iklim olayında meydana gelen can kayıplarının yarısından fazlası ve siyah bölgelerdeki evlerin yüzde 80’inin yıkılması iklim değişikliğinin eşitsizliğinden kaynaklanmıştır. Tüm bunlara rağmen bu sisteme ve iklim krizine neden olan neoliberal ideoloji eleştirmek yerine, bizim dışımızda gerçekleşen olaylarmış gibi tepki vermekteyiz. Ancak 1988 yılından bu tarafa küresel sera gazı salımının yüzde 71’inden yalnızca 100 şirket sorumlu olmuştur. Bu sebeple şirketler, iklim değişikliği dolayısıyla kendimizi suçlu görmemizi isterken, ExxonMobil, Shell, BP ve Chevron gibi devasa şirketler fosil yakıt arayışına devam ederek dünyamızı bir yok oluşa doğru sürüklemektedirler.

SONUÇ

İklim değişikliğiyle mücadelede geline nokta hala bir umut var demek zor görünüyor. Çünkü neoliberalizm, bilimi siyasi bir tartışmaya dönüştürerek mücadeleyi sabote etmiştir. Son COP/26 bunun basit örneğidir. Her ne kadar büyük umutlarla toplansa da kayda değer bir sonuç çıkmamıştır. İklim değişikliğiyle mücadele gemisi çoktan kalkmıştır. Ancak belli ve kesin çabalarla bu gemi biraz daha yavaşlatılabilir. Bunun içinde geçmişteki örneklerden farklı olarak etkin sonuç almaya yönelik kamu koordinasyonu ve işbirliği gerekmektedir. Neoliberalizmin ısrarla vurguladığı kamu denetiminin azaltılmasının yerine kamu elinin daha da artırılması özellikle özelleştirilmiş kamu hizmetlerinin kamuya döndürülmesi daha faydalı sonuçlar verebilir.

Neoliberalizmin şu anda sahip olduğu hâkim ekonomik ve politik (serbest piyasa, özelleştirme, bireycilik, tüketim ve rekabet) ilkelerinin tümü, iklim değişikliği politikalarının izleyeceği yönü şekillendirmektedir. Bu sebeple mücadelenin yönünü değiştirmek adına, şirketler hâlihazırda çıkardıkları fosil yakıtları kesin ve kısa hedefler doğrultusunda kaldırmalı, kullanılan fosil yakıtların azaltılmasına yönelik karbon vergisi konulmalı, iklim değişikliğine direnç bakımından zarar göreceğ bölgelere daha fazla yardım yapılmalı, fonlar ayrılmalı ve yenilenebilir enerji kullanımı bir an önce artırılmalıdır. Böylelikle yalnızca gelişmiş ülkeler değil diğer ülkelerde sera gazı azaltımına katkı sağlayacaktır.

Buzulların erimesi, deniz seviyelerinin yükselmesi, aşırı hava olayları, türlerin yok olması, kirlilik ve artan eşitsizliğin geleceği bir dünya çok uzakta değildir. İnsan ırkı şu anki seyrine neoliberal politikalar nezdinde devam ederse, dünya insanlar dâhil pek çok tür için yaşanılmaz bir yer haline gelebilir.

KAYNAKÇA

- Acciona. (2021). What is climate change? | ACCIONA | Business as unusual. 10 Aralık 2021 tarihinde https://www.acciona.com/climate-change/?_adin=02021864894 adresinden erişildi.
- Anderson, T. R., Hawkins, E. ve Jones, P. D. (2016). CO₂, the greenhouse effect and global warming: from the pioneering work of Arrhenius and Callendar to today's Earth System Models. *Endeavour*, 40(3), 178–187. doi:10.1016/J.ENDEAVOUR.2016.07.002
- Andrew, J., Kaidonis, M. A. ve Andrew, B. (2010). Carbon tax: Challenging neoliberal solutions to climate change. *Critical Perspectives on Accounting*, 21(7), 611–618. doi:10.1016/j.cpa.2010.03.009

- Ångström, A. (1929). On the Atmospheric Transmission of Sun Radiation and on Dust in the Air. *Geografiska Annaler*, 11(2), 156–166. doi:10.1080/20014422.1929.11880498
- Ashe, J. W., Lierop, R. ve Cherian, A. (1999). The role of the Alliance of Small Island States (AOSIS) in the negotiation of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). *Natural Resources Forum*, 23(3), 209–220. doi:10.1111/j.1477-8947.1999.tb00910.x
- Babson, K. (2020). The Lies of Neoliberalism. *The Climate change review*. 19 Aralık 2021 tarihinde <https://www.ucsdclimatereview.org/post/the-lies-of-neoliberalism> adresinden erişildi.
- Baucom, I. ve Omelsky, M. (2017). Knowledge in the Age of Climate Change. *South Atlantic Quarterly*, 116(1), 1–18. doi:10.1215/00382876-3749271
- Benton, G. S. (1970). Carbon dioxide and its role in climate change. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 67(2), 898–899. doi:10.1073/pnas.67.2.898
- Birleşmiş Milletler. United Nations Framework Convention On Climate Change (1992). <https://unfccc.int/resource/docs/convkp/conveng.pdf> adresinden erişildi.
- Birleşmiş Milletler. (2021). What is the Kyoto Protocol? *UNFCCC*. 6 Aralık 2021 tarihinde https://unfccc.int/kyoto_protocol adresinden erişildi.
- Black, R. (2013). A brief history of climate change - BBC News. *BBC News*. 15 Aralık 2021 tarihinde <https://www.bbc.com/news/science-environment-15874560> adresinden erişildi.
- Bohringer, C. (2003). The Kyoto Protocol: A Review and Perspectives. *Oxford Review of Economic Policy*, 19(3), 451–466. doi:10.1093/oxrep/19.3.451
- Brecher, J. (2015). *Climate Insurgency*. Routledge. doi:10.4324/9781315635514
- Ciplet, D. ve Roberts, J. T. (2017). Climate change and the transition to neoliberal environmental governance. *Global Environmental Change*, 46, 148–156. doi:10.1016/j.gloenvcha.2017.09.003
- Clapp, J. ve Dauvergne, P. (2005). Paths to a Green World: The Political Economy of the Global Environment. *Electronic Green Journal*, 1(22). doi:10.5070/G312210634
- Climate Action Tracker. (2021). The CAT Thermometer. <https://climateactiontracker.org/global/cat-thermometer/> adresinden erişildi.
- Corfield, B. (2013). Thomas Newcomen the Man. *The International Journal for the History of Engineering & Technology*, 83(2), 209–221. doi:10.1179/1758120613Z.00000000025
- Corporate Watch. (2016). *A-Z of Green Capitalism*. London. <https://corporatewatch.org/product/a-z-of-green-capitalism/> adresinden erişildi.
- Council on Foreign Relations. (2021). Timeline: UN Climate Talks. 10 Aralık 2021 tarihinde <https://www.cfr.org/timeline/un-climate-talks> adresinden erişildi.
- Dufresne, J.-L. (2006). Jean-Baptiste Joseph Fourier et la découverte de l'effet de serre. *La Météorologie*, 53, 42–46. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00113200> adresinden erişildi.

- Earth Negotiations Bulletin. (2009). A Reporting Service for Environment and Development Negotiations COP 15. 16 Aralık 2021 tarihinde <http://www.iisd.ca/climate/cop15/> adresinden erişildi.
- Enel Green Power. (2021). Climate change: the causes and effects | Enel Green Power. 10 Aralık 2021 tarihinde <https://www.enelgreenpower.com/learning-hub/energy-transition/climate-change-causes-consequences> adresinden erişildi.
- Enzler, S. M. (2021). History of the greenhouse effect and global warming. *Lenntech*. 14 Aralık 2021 tarihinde <https://www.lenntech.com/greenhouse-effect/global-warming-history.htm> adresinden erişildi.
- European Commission. (2013). IPCC science report: climate change unequivocal, human influence at least 95% certain. 16 Aralık 2021 tarihinde https://ec.europa.eu/clima/news-your-voice/news/ipcc-science-report-climate-change-unequivocal-human-influence-least-95-certain-2013-09-27_en adresinden erişildi.
- Graham, S. (1999). John Tyndall. *NASA*. 14 Aralık 2021 tarihinde <https://earthobservatory.nasa.gov/features/Tyndall> adresinden erişildi.
- Gupta, J. (2010). A history of international climate change policy. *WIREs Climate Change*, 1(5), 636–653. doi:10.1002/wcc.67
- Gürçam, S. (2022). Analysing the Global Fight Against Climate Change and the Turkish Context. *Lectio Socialis*, 6(2), In-press.
- Hamblyn, R. (2009). The whistleblower and the canary: rhetorical constructions of climate change. *Journal of Historical Geography*, 35(2), 223–236. doi:10.1016/j.jhg.2008.09.006
- IPCC. (1990). FAR Climate Change: Scientific Assessment of Climate Change. 12 Aralık 2021 tarihinde <https://www.ipcc.ch/report/ar1/wg1/> adresinden erişildi.
- IPCC. (1995). *Climate Change 1995 The Science of Climate Change*. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ipcc_sar_wg_I_full_report.pdf adresinden erişildi.
- IPCC. (2001). *Climate Change 2001: The Scientific Basis*. New York. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/03/WGI_TAR_full_report.pdf adresinden erişildi.
- IPCC. (2007). *Climate Change 2007 Mitigation*. https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/03/ar4_wg3_full_report-1.pdf adresinden erişildi.
- IPCC. (2018). *Impacts of 1.5°C of Global Warming on Natural and Human Systems*. <https://www.ipcc.ch/sr15/> adresinden erişildi.
- IPCC. (2021). Intergovernmental Panel on Climate Change. 12 Aralık 2021 tarihinde <https://www.ipcc.ch/> adresinden erişildi.
- Ivanova, M. (2007). Designing the United Nations Environment Programme: a story of compromise and confrontation. *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics*, 7(4), 337–361. doi:10.1007/s10784-007-9052-4
- Jackson, R. (2019). Who discovered the greenhouse effect? | The Royal Institution: Science Lives Here. *The Royal Institution*. 14 Aralık 2021 tarihinde

<https://www.rigb.org/blog/2019/may/who-discovered-the-greenhouse-effect> adresinden erişildi.

- Jones, E.-A. ve Stafford, R. (2021). Neoliberalism and the Environment: Are We Aware of Appropriate Action to Save the Planet and Do We Think We Are Doing Enough? *Earth*, 2(2), 331–339. doi:10.3390/earth2020019
- Konuralp, E. (2020). Between neoliberal appetite and environmentalist reservations: the political economy of sustainable aviation. *International Journal of Sustainable Aviation*, 6(2), 134. doi:10.1504/IJSA.2020.110603
- Konuralp, E. ve Bicer, S. (2021). Putting the Neoliberal Transformation of Turkish Healthcare System and Its Problems into a Historical Perspective. *Review of Radical Political Economics*, 53(654–674). doi:10.1177/04866134211005083
- Krajick, K. (2019). Wallace Broecker, Prophet of Climate Change. *Columbia Climate School*. 16 Aralık 2021 tarihinde <https://news.climate.columbia.edu/2019/02/19/wallace-broecker-early-prophet-of-climate-change/> adresinden erişildi.
- Lawrence, G., Richards, C. ve Lyons, K. (2013). Food security in Australia in an era of neoliberalism, productivism and climate change. *Journal of Rural Studies*, 29, 30–39. doi:10.1016/j.jrurstud.2011.12.005
- Lindsey, R. ve Dahlman, L. (2021). Climate Change: Global Temperature | NOAA Climate.gov. NOAA. 11 Aralık 2021 tarihinde <https://www.climate.gov/news-features/understanding-climate/climate-change-global-temperature> adresinden erişildi.
- Liverman, D. M. ve Vilas, S. (2006). Neoliberalism and the Environment in Latin America. *Annual Review of Environment and Resources*, 31(1), 327–363. doi:10.1146/annurev.energy.29.102403.140729
- Lynch, P. (2019). How Joseph Fourier discovered the greenhouse effect. *The Irish Times*. 14 Aralık 2021 tarihinde <https://www.irishtimes.com/news/science/how-joseph-fourier-discovered-the-greenhouse-effect-1.3824189> adresinden erişildi.
- Maier, J. (2010). UNEP – United Nations Environment Programme. *A Concise Encyclopedia of the United Nations* içinde (ss. 712–714). Brill | Nijhoff. doi:10.1163/ej.9789004180048.i-962.612
- Melvillev, G. (2021). Companies that have set net zero targets. *Carbon Intelligence*. 23 Aralık 2021 tarihinde <https://carbon.ci/insights/companies-with-net-zero-targets/> adresinden erişildi.
- NASA. (2021). Global Temperature | Vital Signs – Climate Change: Vital Signs of the Planet. 22 Aralık 2021 tarihinde <https://climate.nasa.gov/vital-signs/global-temperature/> adresinden erişildi.
- Neale, J. (2009). *Küresel Isınmayı Durduralım, Dünyayı Değiştirelim!* (Çeviri: Doğan Tarkan, Ed.) (1. bs.). İstanbul: Bookmarks.
- NOAA. (2021). Global Monitoring Laboratory - Carbon Cycle Greenhouse Gases. 22 Aralık 2021 tarihinde <https://gml.noaa.gov/ccgg/trends/> adresinden erişildi.
- Paglia, E. (2021). The Swedish initiative and the 1972 Stockholm Conference: the decisive role of science diplomacy in the emergence of global environmental governance. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 2. doi:10.1057/s41599-020-00681-x

- Plass, G. N. (1956). The Carbon Dioxide Theory of Climatic Change. *Tellus*, 8(2), 140–154. doi:10.1111/j.2153-3490.1956.tb01206.x
- Rosen, A. M. (2015). The Wrong Solution at the Right Time: The Failure of the Kyoto Protocol on Climate Change. *Politics & Policy*, 43(1), 30–58. doi:10.1111/polp.12105
- Şahin, K. T. (2016). *Doğanın Neoliberalleştirilmesi Ekseninde Karbon Piyasaları*. Ankara Üniversitesi.
- Seyfang, G. (2003). Environmental mega-conferences—from Stockholm to Johannesburg and beyond. *Global Environmental Change*, 13(3), 223–228. doi:10.1016/S0959-3780(03)00006-2
- Showstack, R. (2013). Carbon dioxide tops 400 ppm at Mauna Loa, Hawaii. *Eos, Transactions American Geophysical Union*, 94(21), 192–192. doi:10.1002/2013EO210004
- Solomon, S. (2007). *IPCC (2007): Climate Change The Physical Science Basis. AGUFM* (C. 2007). <https://ui.adsabs.harvard.edu/abs/2007AGUFM.U43D..01S/abstract> adresinden erişildi.
- Stannard, W. (2018). The Greenhouse Effect: An Evaluation of Arrhenius' Thesis and a New Energy Equilibrium Model. *Natural Science*, 10(1), 1–10. doi:10.4236/NS.2018.101001
- Tans, P. ve Bolin, B. (2006). In memory of Charles David Keeling. *Tellus B: Chemical and Physical Meteorology*, 58(5), 329–330. doi:10.1111/j.1600-0889.2006.00194.x
- Taylor Aiken, G., Middlemiss, L., Sallu, S. ve Hauxwell-Baldwin, R. (2017). Researching climate change and community in neoliberal contexts: an emerging critical approach. *WIREs Climate Change*, 8(4). doi:10.1002/wcc.463
- Thompson, R. S. (2016). Global Climate Change: The 1995 IPCC Report. *U.S. Geological Survey*. 16 Aralık 2021 tarihinde <https://geochange.er.usgs.gov/sw/changes/anthropogenic/ipcc-b/> adresinden erişildi.
- UPS Battery Center. (2018). Climate Change Part 29: The Bell Tolls Again at Mauna Loa 2008 - News about Energy Storage, Batteries, Climate Change and the Environment. 16 Aralık 2021 tarihinde <https://www.upsbatterycenter.com/blog/mauna-loa-carbon-dioxide-keeling/> adresinden erişildi.
- Velders, G. J. M., Andersen, S. O., Daniel, J. S., Fahey, D. W. ve McFarland, M. (2007). The importance of the Montreal Protocol in protecting climate. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(12), 4814–4819. doi:10.1073/pnas.0610328104
- Weart, S. R. (2008). *The Discovery of Global Warming: Revised and Expanded Edition (New Histories of Science, Technology, and Medicine)*. Harvard University Press. <http://www.amazon.com/The-Discovery-Global-Warming-Technology/dp/067403189X> adresinden erişildi.
- Woodwell, G. M. (1978). The Carbon Dioxide Question. *Scientific American*, 238(1), 34–43. url: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/24955612> adresinden erişildi.

8. BÖLÜM

KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELERDE FİNANSMAN FONKSİYONUNUN ROLÜ VE ÖNEMİ

Doktor Öğretim Üyesi Mehmet KUZU

Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Finansman Bilim Dalı

mehmetkuzu86@gmail.com

tel:05058055583

ORCID: 0000-0001-5354-4368

GİRİŞ

Bilinen insanlık medeniyeti tarihi İ.Ö.3200'lerden günümüze dek uzanan dinamik bir süreci ifade etmektedir. Bu bağlamda insanlık tarihinde günümüze kadar gelen süreçte, göç hareketleri, coğrafi keşifler, yeni enerji kaynakları ve rezervler, gelişen iktisadi değişim şekilleri vb. birçok faktör sonucu ülkeler arası sınırların keskinliği giderek belirsizleşmeye başlamıştır.

Kimi araştırmacıların dünya tarihsel mekânı (Kocaoğlu, 2021) olarak tanımladığı bu dinamik süreç finans biliminin 1800'ler ile birlikte dünya ekonomisi ve siyasetine yön veren temel parametrelerden biri olması ile artan bir ivme ile küreselleşme olgusunu ön plâna çıkarmıştır. Buna göre küreselleşme ülkeler arası sınırların soyut ve somut anlamda geçişkenliğini ifade eden, uluslararası ölçekte ortak küresel sistem, küresel düzenleri ve ortak politika

çerçeveleri ve mekanizmalarını barındıran bir medeniyet türü olarak tanımlanabilir.

Bu bağlamda küreselleşmenin kurumsal ve etik kodlar anlamında hayata geçmesi dünya savaşları sonrası kurulan düzenler ile gerçekleşmiştir. Günümüz modern yeknesak küresel düzenin ilk temelleri 1.dünya savaşı sonrasında ABD başkanı demokrat partili Woodrow Wilson tarafından atılmak istense de, ABD ve Avrupa'daki iç siyaset buna tam anlamıyla izin vermemiştir. Yine de küreselleşmenin kurumsallaşmasına ilk örnek olarak milletler cemiyeti kurulmuştur.

2. dünya savaşı sonrasında yine ABD başkanı olan Demokrat Harry S. Truman gerçek anlamda küreselleşmeyi ilk kez kurumsal ve hukuki zemine oturtan politikalar uygulamıştır. Birleşmiş milletler, IMF, dünya bankası, uluslararası ödemeler bankası, G8, G20 vb. birçok kurumsal mekanizma 2.dünya savaşıdan sonra hayata geçmiştir.

Bu doğrultuda çalışmanın kapsamı açısından şu soru akıllara gelmektedir. Ekonomi, işletme ve finansman biliminin küreselleşmede rolü ve önemi nedir? Bu bilim dallarının küreselleşme kavramı ile ilişki dinamiği karşılıklı olarak birbirini besleyen bir etkileşim diyagramına dayanmaktadır. Bu bağlamda gelişen iktisadi, ticari ve finansal hareketler küreselleşmenin doğması ve gelişimine etki ederken, 2.dünya savaşı sonrası kurumsallaşan küreselleşme olgusu iktisadi, ticari ve finansal hareketler ve sistemlerin hem parasal olarak tabanını artırmış hem de bu sistemlere dair fonksiyonların daha geniş bir coğrafyada gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır.

İşletme bilimi açısından küreselleşme kavramı firmaların uluslararasılaşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda firmaların üretim, pazarlama, muhasebe, finansman ve yönetim fonksiyonları uluslararasılaşan ve çok uluslaşan bir karakteristik göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda literatüre çok uluslu ve uluslararası işletmeler kavramları dâhil olmuştur.

Bununla birlikte küresel ekonomi içerisinde ortaya çıkan yeni iş modelleri, kâr fırsatları, yatırım fırsatları; işletmelerin uluslararasılaşma ve çok uluslaşma çevrim sürelerini kısaltmaya başlamıştır. Bu bağlamda literatüre yeni bir uluslararası işletme modeli olarak “Küresel Doğan İşletmeler” kavramı dâhil olmuştur. Geleneksel firma fonksiyonları da bu hızlanan süreçte uygulanma aşamasında farklılaşmıştır. Bu nedenle küresel doğan işletmelerde işletme fonksiyonlarının uygulanma biçimi açısından birtakım fırsatlar doğmuştur. işletme fonksiyonlarından biri olan finansman fonksiyonunun uygulanmasında

küresel doğan işletmeler açısından bir takım avantajlar ve fırsatlar söz konusu olmuştur.

Bu çalışmanın amacı küreselleşme olgusu kapsamında küresel doğan işletme kavramını teorik olarak ele alarak bu işletmeler için ortaya çıkan bir takım, fırsatlar, tehditler, avantaj ve dezavantajlar açısından finansman fonksiyonunun rolü ve önemini tartışmaktır.

1. ÇOKULUSLU İŞLETMELER

Küresel doğan işletme kavramı incelendiğinde ilk akla gelen kavram çok uluslu işletme kavramıdır. Bu bağlamda çok uluslu işletme kavramı en yalın anlatımıyla faaliyetlerini en az iki ülkede birden sürdüren işletmeleri ifade etmektedir” (Özalp v.d., 1995,s.61, Çürük vd.,2005:55).

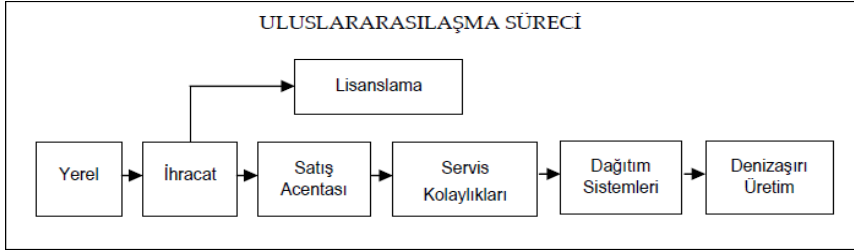
Çok uluslu şirketlerin özellikleri;

1. Kaynaklarının büyük bir kısmını uluslararası faaliyetlere yatırırlar.
2. Satışlarının ve kârlarının büyük bir kısmı uluslararası yatırımlardan gerçekleşir.
3. Faaliyette buldukları ülkeye beraberlerinde teknoloji ve know-how transfer ederler.
4. Faaliyette bulunacakları ülkeleri yatırım ve firma amaçlarına göre belirlerler.
5. Ana ülkede yer alan asıl işletme diğer ülkelerde yer alan bağlı işletmelerin tüm faaliyetlerine ana merkezden yürütür.
6. Karar süreçlerinde hem küresel hem de faaliyette bulunulan ülkeler düzeyinde menfaatler gözetilir.
7. Güçlü bir kaynak yapısına sahiptirler.
8. İşletme faaliyetlerinde yüksek veya ileri teknoloji kullanımı söz konusudur.
9. Faaliyette bulunulan diğer ülkelerdeki bağlı işletmelerin yöneticileri ana ülkeden seçilerek o ülkelerdeki yöneticilerin kontrol düzeyi dengelenmiş olur.
10. Genel olarak piyasalarda oligopolistik davranırlar.
11. Karmaşık bir örgütlenme yapısına sahiptirler.
12. Ölçek ekonomilerinden yararlanarak kitle üretimi yaparlar.
13. Yüksek teknoloji kullanmalarından dolayı AR-GE’ ye önem vererek rekabet üstünlüğü sağlarlar

Olarak sıralanabilir (Sürmeli, 1984,s.137; Özalp ve Serbetçi, 1995, s.242; Yüksel, 1999,s.105, Çürük vd., 2005:55)

2. İŞLETMELERDE ULUSLARARASILAŞMA SÜRECİ ÇERÇEVESİNDE KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELER

Küresel doğan işletmeler kavramını çokuluslu işletme kavramından farklılaştıran temel teorik çerçeve; küresel doğan işletmelerin uluslararasılaşma sürecini daha hızlı bir şekilde başlatması ve tamamlamasıdır. (Bkz. Şekil 1).



Şekil 1: Çok Uluslu İşletmelerde Uluslararasılaşma Süreci

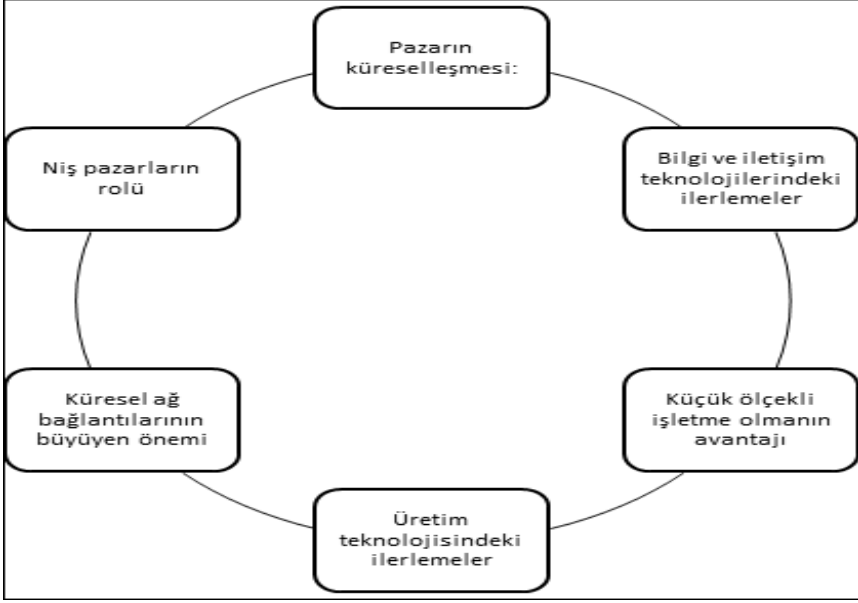
Kaynak: Yalçın, 2013: 338

Buna göre küresel doğan işletmeler uluslararasılaşmanın ikinci adımı olan ihracat aşamasını diğer klasik çok uluslu şirketlere göre daha hızlı tamamlayarak uluslararasılaşma sürecini başlatırlar.

Küresel doğan işletme kavramı ilk defa 1993 yılında McKinsey & Company tarafından Avustralya’da yapılan bir araştırma ile ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada Avustralya’da “küresel doğan işletme” ve “yurtiçi tabanlı işletme” olmak üzere iki çeşit yükselen ihracatçı işletme modeli olduğu ileri sürülmüştür. Bu ihracatçılar, Avustralya’da birçok endüstri kollarında faaliyette bulunan yaklaşık 700 civarındaki yükselen ihracatçı işletmeden oluşmaktadır. Avustralya’daki bu yükselen ihracatçıların %25’ini, kurulduktan sonra ortalama olarak iki yıl içinde ihracata başlayan ve toplam satışlarının yaklaşık %76’sını ihraç eden “küresel doğan işletmeler” oluştururken; %75’ini de kurulduktan sonra ortalama olarak yirmi yedi yıl sonra ilk kez ihracat yapmaya başlayan ve toplam satışlarının yaklaşık %20’sini ihraç eden “yurtiçi tabanlı işletmeler” oluşturmaktadır (Kalyoncuoğlu; 2010.; 62-63 McKinsey & Company, 1993: ii).

Bu bağlamda İhracata üç yıl içerisinde başlayıp toplam satışları içerisinde ihracat gelirlerinin payı en az %25 olan KOBİ’lere küresel doğan işletmeler denir (Kalyoncuoğlu, 2010:68, Çavuşgil, 1994: 18; Harveston, 2000: 4; Madsen, Rasmussen ve Servais, 2000: 247; Andersson ve Wictor, 2001: 6; Rasmussen, Madsen ve Evangelista, 2001: 77; Madsen ve Knudsen, 2003, 18;

Knight, Madsen ve Servais, 2004: 649; Karra ve Phillips, 2004: 1; Freeman ve Çavuşgil, 2007:10).



Şekil 2: Küresel Doğan İşletmelerin Ortaya Çıkışını Kolaylaştıran Etmenler

Kaynak: Kalyoncuoğlu, 2010: 64-65'den uyarlanmıştır.

3. KÜRESEL DOĞAN İŞLETMELERDE FİNANSMAN FONKSİYONU VE ÖNEMİ

Geleneksel işletme teorisinde finansman fonksiyonunun en temel misyonu firmanın yapacağı yatırımlara ilişkin kaynak bulabilme ve sağlama işlevleridir. Bu sürecin devamında finansman fonksiyonu sağlanan kaynakların firma amaç ve hedeflerine ulaşmada etkin bir şekilde kullanılması için finansal yönetim mekanizmasını kullanır. Bu mekanizmanın işleminde ise kullanılan temel politika girdileri temel finans politikalarıdır. Temel finans politikaları yatırım, finanslama ve temettü politikalarıdır. Bu politikalardan yatırım politikası işletmenin ömrü içerisinde yatırım döneminde etkin olarak kullanılmaktayken, finanslama ve temettü politikası işletme döneminde etkin olarak kullanılmaktadır.

En yalın anlatımıyla küresel doğan işletmeler (*Born Global*) kurulduktan sonra 3 yıl içerisinde ihracata başlayıp toplam satışları içerisinde ihracat gelirlerinin toplam payı en az %25 olan KOBİ'ler olarak tanımlamıştık. Bu

bağlamda finansman fonksiyonunu küresel doğan işletmeler açısından farklılaştıran üç temel husus ön plana çıkmaktadır. Bunlar KOBİ'ler, uluslararası-çokuluslu işletmeler ve ihracatın finansmanı açısından finansman fonksiyonudur.

Bir diğer önemli husus ise günümüz küreselleşen dünyada sürdürülebilir rekabet avantajı sağlama noktasında yerel ve global ekonomi arasında ortaya çıkan farklılaşmalardır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Yeni Global Ekonomi ve Eski Ulusal Ekonomi Arasındaki Farklar

DEĞİŞİM UNSURU	ESKİ EKONOMİ	YENİ EKONOMİ
Üretim ve Rekabet Alanı	Ulusal	Global
Örgütsel Yapı	Hiyerarşik-Bürokratik	Ağ Örgüsü, Şebeke
Üretim Yapısı	Kitlesel Üretim	Tam Zamanında Üretim, Esnek Üretim
Büyümenin Uyancıları	Sermaye, İşgücü	Yenilik, İcatlar ve Bilgi
Teknolojiyi Belirleyen Etmen	Makineleşme	Dijitalleşme
Karşılaştırmalı Üstünlüğün Kaynağı	Ölçek Ekonomisi, Düşük Maliyet	Kapsam Ekonomileri, Yenilik ve Kalite
Ar-Ge'ye Verilen Önem	Düşük, Orta	Yüksek
Diğer Firmalarla İlişkiler	Tek Başına Hareket Etme	İşbirliği, Ortaklık, Sinerji, Birleşme
İşgücü Politikasının Amacı	Tam İstihdam	Yüksek Reel Ücret
Gerekli Eğitim	Mesleki Diplomaya Yönelik	Yaşam Boyu Öğrenim
İstihdamın Doğası	İstikrarlı	Risk ve Fırsatlarla Dolu
Regülasyonlar	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçlarına Dayalı, Esnek
Beşeri Sermaye	Üretim Odaklı	Müşteri Odaklı
İşgücü	Önemli	Daha Az Önemli
İşgücünün Yapısı	Belirli Bir Alanda Uzman	Bilgi, Deneyim-Çok Yönlü Beceri, Yenilikçi Yaratıcı
Varlıkların Önemliliği	Maddi Varlıklar Görece Önemli	Gayri Maddi Varlıklar Görece Önemli
Sektörel Yapı	Tarım-Sanayi Sektörü Ağırlıklı	Hizmet Sektörü Ağırlıklı

Kaynak: Kutlu ve Demirci, 2007:190, Oktay, Balkanlı ve Salepçioğlu, 2004

Bu bağlamda değişen üretim, örgütlenme yapıları, büyüme dinamikleri, teknoloji ve know-how, insan sermayesi ve sektörel yapılar finansman fonksiyonu açısından önem arz etmektedir.

Ayrıca Covid-19 pandemisi sonrası daralan dış ticaret tabanı ve farklı ülkelerin farklı zamanlarda kapanmaları sonrası, küresel tedarik zinciri ve lojistik ağlarındaki kırılmalar sonrası küresel doğan işletmelerin küresel doğma çevrim süresinin uzaması ve devamında ihracat gelirlerinde meydana gelen kayıplar sonrası bozulan mali yapısı, finansman fonksiyonunun küresel doğan işletmeler açısından konjonktürel etkiler açısından analizini gerekli kılmaktadır.

İlk olarak küresel doğan işletmeler birer KOBİ olduğu için KOBİ'ler açısından finansman fonksiyonunun önemini tartışalım.

3.1. KOBİ'ler Açısından Finansman Fonksiyonu

KOBİ'ler açısından finansman fonksiyonunun uygulanmasında yaşanan en temel zorluk bu işletmelerde genellikle ayrı bir finansman bölümü örgütlemesine gidilmemesi ve finansman kararlarına ilişkin tasarrufların işletme tepe yöneticileri ki bunlar çoğunlukla firma sahipleri tarafından yürütülmesidir. Bu husus finansman fonksiyonunun idame ettirilmesi ve karar alma süreçlerinde analitik bir prosesin varlığını güçleştirmektedir.

Bir diğer yönden KOBİ'ler açısından finansman fonksiyonunun en önemli teknik boyutunu sermaye yapısı kararları ifade etmektedir.

Sermaye yapısı kararları açısından KOBİ'ler ağırlıklı olarak öz kaynak ile finansman yöntemini kullanılmaktadır. Bu durum esasında bir tercihten ziyade kısmen zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. KOBİ'lerin bilhassa yatırım dönemi ve işletme döneminin başlangıç safhalarında finansal yönden zayıf ve kırılgan olmaları kredi kuruluşları açısından KOBİ'lerden talep edeceği risk primini artırdığı için kreditorler KOBİ'lerden yüksek faiz oranı talep etmektedirler. KOBİ'ler açısından artan yabancı kaynak maliyetini artıran en önemli hususlardan bir diğeri ise bilançoda maddi duran varlıklarının BOBİ (Büyük ve Orta Büyüklükte İşletme)'lere kıyasla daha sınırlı düzeyde olmasının kredi kuruluşlarına vereceği teminatları sınırlamasıdır. Ayrıca KOBİ'ler öz kaynak ile finansmanı tercih etmelerine rağmen para ve sermaye piyasası araçlarını kullanabilme kabiliyetleri de sınırlı düzeyde gerçekleşmektedir. Bu bağlamda öz sermaye ile finansman-yüksek yabancı kaynak maliyeti-yüksek kaynak maliyeti-para ve sermaye piyasası araçlarını etkin kullanamama-genel ekonomik şartlarda daha yüksek finansal kırılganlık döngüsü ve açmazı KOBİ'ler için ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda küresel doğan işletme teorisi çerçevesinde ilk kuruluş yıllarında KOBİ'lerin ihracata yönelmesi artan ihracat gelirleri ile mali yapısı ve kredibilitesini iyileştireceği gibi ihracatın finansmanı imkânlarından da yararlanabilmesini sağlayacaktır.

3.2. İhracatın Finansmanı

İhracatın finansmanında temel olarak kullanılan yöntemler öz kaynak ve yabancı kaynak olarak ikiye ayrılmaktadır. Bununla birlikte ihracatın finansmanı teknikleri şu şekilde sıralanabilir (Ceylan, 2004);

- Öz Kaynak
- Yabancı Kaynak
 - İhracat Kredileri
 - Eximbank
 - İhracat Kredi Sigortası
 - İhracat Kredi Garantisi
 - Leasing
 - Factoring
 - Forwaiting
 - Vadeli İşlemler
- Forward
- Opsiyon
- Swap
- Futures

Öz kaynak ile finansman KOBİ'lerde finansman fonksiyonu bölümünde ifade ettiğimiz için İlk olarak ihracat kredilerini inceleyelim. İhracat kredileri vadeleri açısından kısa, orta ve uzun vadeli ve prefinansman kredilerinden oluşup bu kredilerin çoğunluğu ticari bankalar tarafından açılmaktadır. İhraç konusu olan malların çeşidi, pazar payı, ihracı ve ithalci ülkeye özgü vb. birçok dış ticarete yönelik risklerden dolayı ihracat kredileri kreditorler açısından yüksek riskli kredilerdir. Kısa vadeli krediler tüketim malları, orta vadeli krediler sermaye malları ve hammaddeler ve uzun vadeli krediler ağır sanayi malları ve anahtar teslim yatırım projelerinde kullanılmaktadır. Ayrıca açılan kredilerin büyük bir çoğunluğu ihracatçıya verilen satıcı kredilerinden oluşmaktadır. İhracat kredi sigortası çeşitli ticari ve politik riskten dolayı alacağını tahsil edemeyecek olan ihracatçı firmalar için kullanılan bir finansman yöntemidir. İhracat kredi sigortası gibi bir Eximbank uygulaması olan ihracat kredi garantisi ihracat kredileri açan ticari bankaların ihracatçı firmalara kredi açabilmesi için verilen garantilerden oluşmaktadır (Ceylan, 2004: 29-33).

Leasing bir varlığın kullanım hakkını ve mülkiyet hakkını vade içerisinde ayırıştırarak ekonomik ömür sonunda mülkiyet hakkını da kiracıya devreden bir finansman tekniğidir.

Faktöring ise mal ve hizmet satışından doğan vadeli alacakların faktöring kuruluşuna devredilmesini ifade ederken, forfaiting yatırım malları ihracatından

doğan vadeli ödeme plânı yapılmış alacakları bir banka yada forfaiter kuruluşa devreden bir tekniktir.

Vadeli işlem piyasaları belirli bir vadede önceden belirlenmiş fiyat, miktar veya nitelikte emtia, finansal araç, finansal göstergeyi alma yada satma yükümlülüğü veren sözleşmelerdir. Bu sözleşmeler riskten korunma, fiyat dalgalanmalarından korunma, gelecek hakkında beklentileri ortaya koymaları, ihracatçı ve fon yöneticisi firmalar için risklerin seyri hakkında daha detaylı bilgi vermesi, kaldıraç etkisi ve vadeli işlem piyasalarında daha düşük miktarlarda sermaye ile yatırım yapma imkânı sağlarlar.

SONUÇ

Küresel doğan işletmeler özünde ihracat aşamasına geçiş çevrim süresi kısa olan KOBİ'leri ifade etmektedir. Bu bağlamda küresel doğan işletmeler açısından finansman fonksiyonu incelenirken teorik unsurlar gözetilmelidir. Bunlar KOBİ olma koşulu ve ihracata 3 yıldan daha az sürede başlama ve satış gelirlerinin en az %25'inin ihracat gelirlerinden oluşması hususlarıdır. Klasik işletmeler açısından küresel doğan işletmelerde finansman fonksiyonu karakteristiğini farklılaştıran hususlar KOBİ'lerin finansmana erişimi ve ihracatın finansmanı problematikleridir

KOBİ'ler açısından sermaye yapısı kararları ve finanslama politikalarının stratejik finansal yönetim açısından bir takım açmazları söz konusudur. Bu bağlamda kredi değerliliği düşük olan KOBİ'ler bu nedenle daha maliyetli olan öz kaynak ve oto finansmana başvurmaktadırlar. Yükselen kaynak maliyeti firma değeri, kârlılık, verimlilik göstergeleri açısından mali bünye bozulmalarına sebep olmaktadır. Bu durum kısır bir döngüye sebebiyet vererek işletmenin kredibilitesinin ilerleyen dönemlerde daha da düşmesine sebebiyet vererek tekrar kaynak maliyetini artıracak gibi; firmanın para ve sermaye piyasası araçlarından yararlanma imkânlarını daha da kısıtlayacaktır. Bir diğer yönden ise KOBİ'ler bu zayıf mali bünyeleri ile genel ekonomik durumdaki dalgalanmalara karşı finansal kırılganlıkları daha yüksek olacak ve BOBİ'lere göre temerrüde düşme riskleri daha yüksek olacaktır.

İşte tam bu noktada KOBİ'ler için yatırım dönemi veya işletme döneminin ilk 3 yılında ihracata yönelimle küresel doğan işletmeye dönüşüm firmanın kredibilitesini yükseltebileceği gibi KOBİ'lerin finansmanından ihracatın finansmanı düzlemine geçiş yapması ile yararlanabileceği finansman araç ve kaynak çeşitliliği artarak finansmana erişimi kolaylaştıracaktır.

İhracatla birlikte yüklenen ekstra dış ticaret riskleri nedeniyle ihracat yatırımlarından beklenen getiri artacağı gibi firma ihracatın finansmanı dinamiği içerisinde yöntemlerden yararlanarak bu riskleri minimize ve optimize edebilecektir.

Bu bağlamda bir KOBİ için küresel doğan işletme şekline dönüşüm kararı finansal kırılganlık döngüsünden çıkışı sağlayarak işletmenin kredibilitesi artırıp kullanabileceği finansman teknik ve araç sayısını artıracacağı için stratejik bir finansal yönetim kararı olacaktır. Küresel doğan işletme şekline dönüşümle firmanın örgütlenme fonksiyonu daha da kurumsallaşacağı için finansman fonksiyonunun yönetimine ilişkin bir kurmay yapının oluşmasına da katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Andersson, Svante, Wictor, Ingemar (2001); “Innovative International Strategies in New Firms-Born Globals the Swedish Case”, 4th McGill Conference, September 2001.
- Ceylan, N.B. (2004). İhracatın Finansmanında Eximbankların Rolünün Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara
- Çavuşgil, S. T.(2004); “A Quiet Revolution in Australian Exporters”, Marketing News, Vol. 28, No. 11, May 23, 1994, s. 18. (a)
- Çürük, T. , Doğan, Z. & Türk, Z. (2005). Çok Uluslu İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Ülkelerde Karşılaştıkları Muhasebe Sorunları . İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi , 0 (32) , 53-79 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusiyasal/issue/604/6087>
- Freeman, Susan, Çavuşgil, S. Tamer; (2007). “Toward a Typology of Commitment States Among Managers of Born-Global Firms: A Study of Accelerated Internationalization”, Journal of International Marketing, Vol. 15, No. 4, 2007, s. 1-40.
- Harveston, P.D.(2000); “Synoptic Versus Incremental Internationalization: An Examination of Born Global and Gradual Globalizing Firms”, Memphis Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, ABD, 2000.
- Kalyoncuoğlu, S. (2010), İşletmelerin Küresel Doğmasına Etki Eden Kurucu/Üst Düzey Yönetici Özellikleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Karra, Neri, Phillips, Nelson; (2004). “Entrepreneurship Goes Global”, Ivey Business Journal, November/December 2004, s. 1-6.
- Knight, Gary A., Madsen, Tage Koed, Servais, Per; (2004)“An Inquiry into Born-Global Firms in Europe and the USA”, International Marketing Review, Vol. 21, No. 6, 2004, s. 645-665.
- Kocaoğlu, F. (2021). Mekân ve siyaset ilişkisi bağlamında dünya tarihsel mekânı: Antik Yakındoğu örnekleri, Gazi Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara

- Kutlu, Hüseyin & Demirci, N.Savaş. (2007). Kobi'lerin Finansal Sorunları Ve Çözüm Önerileri. 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık 2007
- Madsen, Tage Koed, Knudsen, Thorbjörn (2003).; "International New Ventures: A New Organizational Form?", 6th McGill Conference on International Entrepreneurship: Crossing Boundaries and Researching New Frontiers, 2003.
- Madsen, Tage Koed, Rasmussen, Erik, Servais, Per; "Differences and Similarities Between Born Globals and Other Types of Exportes", Advances in International Marketing, Vol. 10, 2000, s. 247-265.
- McKINSEY & COMPANY (1993), Emerging Exporters: Australia's High Value Added Manufacturing Exporters, Melbourne, Australian Manufacturing Council.
- Oktay, Ertan – Balkanlı, Ali O. – Salepçioğlu, (2004).Adil. "Bilgi Toplumunda Yeni Ekonomi ve e-Dönüşüm Stratejileri", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım 2004.
- Özalp, Inan ve Derya SERBETÇİ (1995), "Çok Uluslu İşletme Faaliyetlerinde Kültürel Farklılıkların Etkileri", Uluslararası İşletmeçilik (Derleyen: Inan Özalp),Eskisehir: Anadolu Üniversitesi Yayinlari No:849.
- Özalp, İ. , Eren, G. & Öcal, H. (1995). Çok Uluslu İşletmelerin Organizasyon Yapıları Ve Tusaş Uçak Motorları Sanayi A.Ş. Örneği . Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, No:849
- Rasmussen, Erik S., Madsen, Tage Koed, Evangelista, Felicitas; (2001). "The Founding of the Born Global Company in Denmark and Australia: Sensemaking and Networking", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 13, No. 3, 2001, s. 75-107.
- Sürmeli, Fevzi (1984), "Çok Uluslu İşletmelerdeki Finansal Bilgi Gereksinimi ve Muhasebe Eğitimine Getirdiği Sorumluluklar", Anadolu Üniversitesi I.I.B.F. Dergisi, Cilt:2, Sayı:1.
- Yalçın, K.(2013), Uluslararası Finansman, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Yüksel, Ö. (1999),Uluslararası İşletme Yönetimi ve Türkiye Uygulamaları, Ankara: Gazi Kitabevi.

9. BÖLÜM

2021 YILI TÜRKİYE’İNDE YOKSULLUKLA MÜCADELE VE SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKIFLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Meltem ÜZÜM

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Yönetimi

Yüksek Lisans Öğrencisi,

meltemdurgui@hotmail.com,

0000-0003-3562-7340

Doç. Dr. Teoman AKPINAR

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi,

takpinar@nku.edu.tr,

0000-0002-2205-1584

ÖZET:

Sosyal güvenliğin amaçları ve uygulanması oldukça kapsamlı bir olgu olup, geniş anlamda sosyal güvenliğin tanımına toplumsal sorunların birçoğu girmektedir. Bu sorunların en önemlilerinden birisi de yoksullukla mücadele etmektir. Türkiye’de yoksulluğun ve muhtaçlığın telafi edilmesine yardımcı olabilmek için kurulmuş olan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları

sosyal adalet ve sosyal barışın sağlanmasında önemli bir görev üstlenmiş durumdadır. Türk devletleri ilk kurulduğundan bu yana töre geleneği sürdürülmüş ve sosyal yardımlaşma ve dayanışma daima toplumda teşvik edilegelmiştir. Günümüzde, Türkiye’de de diğer ülkelerde olduğu gibi yoksul ve muhtaç insanlar bulunmaktadır ve bu insanların ihtiyaçlarının, hayatta kalmaları ve hayatlarını sürdürebilmeleri için yardımlara gereksinimleri olmaktadır. Toplum içinde varlığını sürmeye çalışan bu kişileri göz ardı etmemek ve bu kişilerin de toplumun bir parçası olduğu bilinci ile onlara yardım etmek devletin ve dolayısıyla sosyal sigorta sisteminin görevi olarak kabul edilmelidir. Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları sosyal güvencesi olmayan bireyleri, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları’nın mütevellî heyetlerinin kararı sonucunda yapılan yardımlar ile destekleyebilmektedir. Sosyal yardım alan bireylerin kendilerine daha cömert davranılması konusunda beklentileri olduğu bu çalışmada ifade edilen konular arasındadır. Çalışmada, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları’nın işleyişi ve yapmakta olduğu yardımlar güncel rakamlar da verilerek belirgin hale getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal yardım, sosyal hizmet, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları

A STUDY ON STRUGGLE AGAINST POVERTY AND SOCIAL ASSISTANCE AND SOLIDARITY FOUNDATIONS OF TURKEY IN 2021 YEARS

ABSTRACT:

The objectives and implementation of social security is a very comprehensive phenomenon and its definition comprises most of the social problems in a broad sense. One of the primary problems is struggle against poverty. Established to contribute to atoning the poverty and destituteness in Turkey, the Social Assistance and Solidarity Foundations have assumed an important task in ensuring social justice and social peace. Since the foundation of the very first Turkish state, the tradition of manners has been maintained and social solidarity and assistance have always been encouraged in the society. Currently, one can meet poor and destitute people in Turkey, as is the case in many other countries, being in need of aid in order to survive and maintain their lives. It should be the duty of state and thus of the social security system to pay sufficient attention to such people who strive to survive within the society and

to provide necessary aid with awareness that these people constitute a part of the society. The Social Solidarity and Assistance Foundations can provide support to individuals who do not have social security through aids made upon resolution adopted by the boards of trustees of Social Solidarity and Assistance Foundations. One of the issues handled in this study that individuals receiving social assistance have expectations about being treated more generously. This study attempts to clarify the functioning of the Social Solidarity and Assistance Foundations and the aids they provide by providing up-to-date figures.

Keywords: Social assistance, social service, Social Assistance and Solidarity Foundations

GİRİŞ:

OECD’nin tanımına göre sosyal yardımlar; hastalık, işsizlik, emeklilik, barınma, eğitim veya aile koşulları gibi belirli olaylardan veya durumlardan kaynaklanan ihtiyaçları karşılamak amacıyla hane halkı tarafından alınan cari transferlerdir (<https://stats.oecd.org> , Erişim Tarihi: 01.04.2021). Sosyal yardım ödemeleri, yararlanıcılara gelir testi temelinde yapılan ödemelerdir ve yiyecek, giyecek ve barınma gereksinimleri mütevazı da olsa karşılanması amacıyla yapılır.

Bir ülkede sosyal güvenlik sistemi ne kadar iyi çalışırsa çalışsın ulaşamadığı kesimler, güçsüz ve muhtaç durumda insanlar daima bulunmaktadır. İşte bu durumda sosyal yardımlar devreye girerek bu insanların ihtiyaçlarının giderilmesi için güvenlik sistemine hizmet eden insani bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda, sosyal yardımlar, sosyal koruma kapsamında yapılmaktadır denilebilir. Sosyal koruma işlevsel bir planlamayı içeren “politikalar dizisi” olarak tanımlanabilir. Sosyal korumaya yapılan yatırımlar kapsayıcı, eşitlikçi ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunarak bireylerin üretken kapasitesini geliştirebilmektedir. Sosyal yardımlar da sosyal korumanın bir parçası olarak esasında, işgücü piyasasının işleyişini teşvik ederek, yoksulluğu ve savunmasızlığı azaltmak için tasarlanmış programları kapsamakta ve insanların risklere maruz kalma derecelerini azaltmak ve kendilerini bunlara karşı koruma kapasitelerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Sosyal güvenlik hizmetlerinin yerine getirilmesinde kullanılan ve sosyal hizmetlerin uygulama alanını ve hizmet şeklini gösteren bir yöntem olan sosyal yardımlar bireyle primler ödeme karşılığında değil aksine karşılıksız olarak Devlet tarafından verilir. Sosyal yardımların amacı, muhtaç durumdaki bireylerin en kısa sürede kendi kendine yeter hale gelmesini sağlamaya yardımcı olmaktır (Tekindal, 2018: 342-343).

Yoksulluk, engellilik, işsizlik, yaş, sağlık durumu ile ilgili sosyal riskler bireylerin veya hanelerin gelir kaybına neden olan risklerdir. İnsanların gelirsiz kalması, kısmen veya tamamen çalışamaz duruma gelmesi hem bireyi hem de ailesini maddi ve manevi derin üzüntülere sevk edebilmektedir. Bu durumda kalan kişilere ancak Devlet eliyle veya devletin öncülüğünde kurulan birimlerce sürekli olarak yardım edilmesi düşünülebilir.

Bu çalışmada öncelikle, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV) ele alınarak bu kapsamda; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarının ve Fonunun gelirleri belirlenmiş ve Sosyal Yardımlaşma ve

Dayanışma Vakıflarının denetimi konusu işlenmiştir. Daha sonra, sosyal yardım ve proje destek programları belirgin hale getirilmiş ve son olarak Genel Sağlık Sigortası'nın sosyal yardımlara ilişkin yönü incelenmeye çalışılmıştır.

1. SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKIFLARI (SYDV)

3294 Sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu 1986 Yılında yürürlüğe girmiştir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'ndan aldığı yetkiyle ve sosyal devlet olma ilkesi çerçevesinde; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu da yine 1986 yılında, 3294 Sayılı Kanun'da belirtilen hizmetlerin yerine getirilmesi amacıyla, T.C. Merkez Bankası nezdinde kurulmuştur (Çalçalı, 2011: 213,215; <https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

3294 Sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu'nun 1 inci Maddesi'nde Kanunun amacı: Yoksulluk çeken ve muhtaç durumda bulunan vatandaşlara ve Türkiye'ye kabul edilen veya gelmiş olan insanlara yardımcı olmak ve sosyal adaleti güçlendirmeye yönelik önlemler almak suretiyle gelirin adaletli dağılımının sağlanması ve toplumda sosyal yardımlaşmanın - dayanışmanın teşvik edilmesi olarak ifade edilmiştir. Böylelikle, muhtaç durumdaki sosyal güvencesi olmayan ve sosyal güvenlik kuruluşlarından aylık ve gelir almamak koşuluyla vatandaşların ve yine geçici yardımlar ya da eğitim-öğretim imkânlarının kendilerine tanınması ile topluma yararlı – üretken hale gelebilecek olan bireyler 3294 Sayılı Kanun'un kapsamına alınmış olmaktadır (3294 S.K. Md.2).

3294 Sayılı Kanun'un 7 nci maddesine göre kurulan ve anılan Kanunun amacına uygun faaliyetleri gerçekleştirmek suretiyle ihtiyaç sahibi vatandaşlara nakdî ve aynî yardımda bulunmak üzere her il ve ilçede Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV) kurulmuştur. Sosyal Devlet olma ilkesinin gereği olarak, Türkiye'nin en önemli sosyal yardım kuruluşlarından biri olan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları birey, aile ve toplum refahını arttırmak, sosyal refah ve sosyal barışa hizmet etmek, dezavantajlı kesimlere öncelik vererek gelir dağılımındaki dengesizliklerin giderilmesine ve yoksulların desteklenmesine yönelik sosyal politikalar, toplum içi dayanışmanın daha da güçlendirilmesi ve mevcut sosyal yardım programları ve sosyal destek projeler eliyle ekonomik ve sosyal yoksulluk içerisinde bulunan vatandaşlara her türlü ayni ve nakdi yardımların yapılabilmesi amacıyla her il ve ilçede toplam olarak 1003 adet olmak üzere özel hukuk tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar olarak

faaliyetlerine devam etmektedirler (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü'nün taşra faaliyetleri, ilde vali ilçelerde ise kaymakam başkanlığında kurulan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları aracılığıyla yerine getirilmektedir. Vakıflar, sosyal yardımın vatandaşlara doğrudan ve en kısa sürede ulaştırılması açısından devlet ile ihtiyaç sahipleri arasında köprü vazifesi görmektedir (<http://www.bergama.gov.tr>, Erişim Tarihi: 06.04.2021).

Her bir SYDV ayrı birer birim olması sebebiyle her birinin ayrı ayrı Mütevelli Heyeti adı verilen bağımsız karar organları bulunmaktadır. Dolayısıyla vakıfların karar organları Vakıf Mütevelli Heyeti'dir. Mütevelli Heyetinin yönetim ve temsil yetkisi bulunmakta ve 3294 Sayılı Kanun'a göre, atanmış ve seçilmiş üyeler ile oluşturulmaktadır. Mülki idari amirleri vakfın başkanı olup ilde vali, ilçede kaymakam mülki idare amirleri olarak vakfa başkanlık etmektedir. Ayrıca, illerde il yöneticileri (belediye başkanı, defterdar, milli eğitim müdürü, sağlık müdürü, tarım ve orman müdürü, aile çalışma ve sosyal hizmetler müdürü, il müftüsü) vakfın mütevelli heyetini meydana getirmekte; ilçelerde ise ilçe idarecileri (belediye başkanı, mal müdürü, ilçe milli eğitim müdürü, ilçe sağlık müdürü, ilçe tarım ve orman müdürü ve ilçe müftüsü) vakfın mütevelli heyetini oluşturmaktadır. Aynı zamanda, mütevelli heyetinde her il ve ilçede kendi aralarında seçmiş oldukları iki muhtar, sivil toplum kuruluşu yöneticileri ve mülkü idari amir tarafından onay görmüş iki hayırsever vatandaş da yer almaktadır. Tüm Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları kendi kararlarını heyet eli ile kendileri alabilmektedir (<https://ailevecalisma.gov.tr>, E.T. 01.04.2021). Vakfa yapılan yardım başvuruları inceleme görevlileri tarafından kontrol edilmekte ve sosyal yardım değerlendirilmesi ise mütevelli heyeti tarafından yapılmaktadır. Mütevelli Heyeti yardımları değerlendirirken muhtaçlık sınırını göz önünde bulundurmamak durumundadır. Muhtaçlık sınırının hesaplanmasında her yıl belirlenen net asgari ücretin 1/3 ü dikkate alınır. Aylık net asgari ücret tutarı hesabında, asgari geçim indirimi dikkate alınmaz hükmü ile 2021 Yılında bir hanedeki kişi başına düşen geliri, aylık net asgari ücretin 1/3 ünden az olan kişilerden muhtaç durumda olduğu Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları Mütevelli Heyeti kararı ile tespit edilenlere yardım yapılmasında kullanılacak olan muhtaçlık sınırı 852,53.- TL' dir.

1.1. Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Vakıflarının Gelirleri

SYDV Teşvik Fonundan aktarılan miktarlardan, işletme/iştiraklerden elde edilecek gelirlerden ve diğer gelirlerden oluşmaktadır.

1.2. Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Teşvik Fonunun Gelirleri

Kanun ve kararnamelerle kurulu bulunan ve kurulacak olan fonlardan Cumhurbaşkanlığı kararı ile %10' a kadar aktarılacak miktardan; bütçeye konulacak ödenekler; trafik para cezası hasılatının yarısı; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu reklam gelirleri hasılatından aktarılacak % 15' oranındaki miktar; Gelir ve Kurumlar Vergisi tahsilat toplamının % 2,8' i ve her nevi bağış ve yardımlar ile diğer gelirler, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Teşvik Fonunun gelirlerini oluşmaktadır (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

1.3. Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Vakıflarının Denetimi

Vakıfların denetimi hesap yönünden Vakıflar Genel Müdürlüğü, idari yönden ise İçişleri Bakanlığı ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından yapılmaktadır (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

2. SOSYAL YARDIM VE PROJE DESTEK PROGRAMLARI

Sosyal güvenliğe ilişkin ilk uygulamalar sosyal yardımlar şeklinde olmuştur. Sosyal yardımı teorik olarak Brugge vatandaşları için 1526 yılında ilk defa “ De subvantione Pauperum” adlı eseri ile yazan, “ Juan louis Vives” olmuştur (Çetin, 2020:68). Tüm toplumların ortak bilincinde yer alan sosyal dayanışma ve dayanışma fikri, Türk toplumlarında devletin temelini oluşturan en güçlü unsurlardan biri olmuştur. Türk töresinde önemli bir yere sahip olan " yardımlaşma ve dayanışma " geleneği, tarih boyunca kurulmuş olan tüm Türk devletlerinin başarısında en önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Haspolath, 2014: 7).

Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından SYDV'ler aracılığıyla birçok yardım programları yürütülmektedir. Bu yardım programları aynı ve nakdi olmak üzere proje destek programları, aile yardımları, sağlık yardımları, eğitim yardımları ve engelli yardımı başlıkları altında toplanmaktadır. Proje destek programlarının amacı, kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan ve ekonomik açıdan yoksun kişiler ile aileleri kendi işlerini kurmalarında destekleyerek istihdam yaratmak ve böylelikle refah düzeyini artırmak olup, gelir getirici proje

destekleri, kırsal kesimde sosyal destek projeleri, istihdam eğitimi proje destekleri, işbirliğine yönelik sosyal hizmet proje destekleri, geçici istihdam proje destekleri ve toplum geliştirme proje destekleri olarak sınıflandırılabilir (Biçer, 2009: 50-53).

Bu proje desteklerinden en çok talep gören Kırsal Alanda Sosyal Destek Projesi (KASDEP) olmuş olup, tarımsal üretim yapabilmek için yeterli kaynağa sahip olamayan vatandaşlardan süt sığırcılığı ve koyunculuk yapmak isteyen vatandaşlara maddi destek sağlanmaktadır ve her başarılı proje sonunda verilen destek sayesinde gelir elde eden dezavantajlı kesim almış olduğu desteği fona geri ödemektedir (Biçer, 2009:54-55).

Fon bütçesinin büyük bir kısmının kullanıldığı diğer yardım başlıkları ise aile, sağlık, eğitim, engelli yardımları, özel amaçlı yardımlar ve ayrıca düzenli merkezi yardımlar olarak gruplandırılmaktadır:

Aile Yardımları: Bu yardımlar kapsamında gıda, yakacak, barınma yardımları bulunmaktadır (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

Sağlık Yardımları: SYDV’ ler tarafından sağlanan sağlık yardımları; tedavi gideri destekleri ve şartlı nakit transferi kapsamında verilen sağlık yardımlarını kapsamaktadır. Şartlı Nakit Transferi; 2002 Yılında Dünya Bankası'nın teşvikiyle başlatılan Sosyal Riski Azaltma Projesinin ürünlerinden birisidir. Nüfusun en yoksul % 6'sına denk gelen yoksul ailelere, çocuklarının okula gitmesi şartıyla verilen destekler ile hamilelerin düzenli doktor kontrolüne gitmeleri ve çocuklarını da düzenli doktor kontrolüne götürmeleri şartıyla verilen eğitim ve sağlık yardımlarını içermektedir (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

Eğitim Yardımları: İlköğretimden başlayan ve lise son sınıfa kadar örgün eğitim alan çocukların okul ihtiyaçlarını karşılayamayan ailelerine aynı ve nakdi yardım olarak yürütülen programlar olup; eğitim materyali yardımları, taşınabilir eğitim desteği ve şartlı nakit transferi kapsamında verilen eğitim yardımlarını içermektedir (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

Engelli Yardımları: Sosyal güvencesi olmayan engelli vatandaşların topluma uyumunu kolaylaştırmak için her türlü araç-gereç ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik yürütülen bir sosyal yardımdır. Örneğin, işitme engelli bir vatandaşın alması gereken işitme cihazı tutarı 2021 Yılı itibarıyla yaklaşık 3.000.-TL’dir. Vatandaşın cihazı karşılayacak ekonomik gücü olmaması halinde; cihazın kullanım raporu, cihazın fiyatını gösteren belge ve SGK’nın bu cihazın ne kadarını karşılayıp ne kadarını karşılamadığını gösterir belge ile

SYDV'ye başvurması durumunda hastanın ödemesi gereken kısmı mütevellî heyetinin de uygun görmesi halinde vakıf tarafından karşılanabilmektedir.

Özel Amaçlı Yardımlar: Aşevi faaliyetleri, doğal afet destek yardımı, yangın yardımı vb. sosyal yardımlardır.

Düzenli Merkezi Yardımlar: Düzenli merkezi yardımlar muhtaçlığı tespit edilen vatandaşlara hayatlarını sürdürebilmeleri için SYDV' ler tarafından aylık olarak bağlanan gelirlerden oluşmaktadır. Bu bağlanan gelirlerin ödemeleri Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından PTT'ye aktarılmakta ve PTT aracılığıyla da vatandaşlara ödemelerini yapılabilmektedir. Bu yardımlar;

- Eşi Vefat Etmiş Kadınlara Yönelik Yardım (Dul Maaşı): Eşi vefat etmiş olan ve herhangi bir sosyal güvencesi olmayan muhtaç durumdaki kadınlara her iki ayda bir yapılan ödemedir. 2021 yılı için geçerli olmak üzere PTT tarafından 650 TL ödeme yapılmaktadır.
- Öksüz/Yetim Maaşı: Anne veya babasını kaybetmiş muhtaç durumdaki çocukları adına anne veya babaya iki ayda bir çocuk başına 300 TL tutarında yapılan yardım türüdür.
- Muhtaç Asker Ailesi Yardımı: Çocukları veya eşi askere giden sosyal güvenceden yoksun ailelere her iki ayda bir 800 TL tutarında yapılan yardımdır.
- Muhtaç Asker Çocuğu Yardımı: Eşini askere gönderen kadına hanede herhangi bir gelir olmamak şartıyla 18 yaş altı olan her çocuk adına iki ayda bir 300 TL tutarında yardım yapılmaktadır (<https://ailevecalisma.gov.tr>, E.T. 01.04.2021).
- 2022 Sayılı Kanun Çerçevesinde Yaşlılık Aylığı, Engelli Aylığı ve Engelli Yakını Aylıkları: 2022 Sayılı "65 Yaşını Doldurmuş Muhtaç, Güçsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkındaki Kanun" un amacı, sosyal güvencenin dışında kalan yaşlıların ve engellilerin sosyal risklere karşı korunmasını, aylık bağlanmasını ve sağlık hizmetinden faydalanmaları sağlamaktır. Günümüze gelinceye kadar bir çok kez değişikliğe uğrayan 2022 Sayılı Kanun, son olarak 2016 Tarihli ve 6704 Sayılı Kanun ile değişikliğe uğramıştır (Yuvalı, 2019: 3,51,53,61).

2022 Yaşlılık Aylığı: 65 yaşını doldurmuş herhangi bir sosyal güvencesi olmayan muhtaçlık sınırı altında kalan ve nafaka bağlanması mümkün olmayan Türk vatandaşlarına başvurmaları halinde durumu mütevellî heyeti tarafından

uygun görülen kişilere 763 TL tutarında aylık bağlanmaktadır (<https://ailevecalisma.gov.tr>, E.T. 01.04.2021).

2022 Engelli Aylığı: Engelli Sağlık Kurulu raporuna göre engel derecesi %40-%69 arasında olan herhangi bir sosyal güvencesi olmayan muhtaç engelli vatandaşlarımıza aylık olarak 609 TL , %70 ve üzeri engelli olan vatandaşlarımıza 914 TL tutarında bağlanan aylıktır (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

2022 Engelli Yakını Aylığı: Sağlık Kurulu Raporuna göre engelli derecesi % 40 ve üzeri olan 18 yaş altındaki çocukları adına anne veya babada herhangi bir sosyal güvence olmamak şartıyla 609 TL tutarında verilen aylıktır (<https://ailevecalisma.gov.tr> , E.T. 01.04.2021).

Düzenli yardım alan vatandaşlarımıza aylık olarak elektrik tüketim desteği yardımı da yapılmaktadır. Hanede kişi sayısına göre aylık 120 TL ‘ye kadar elektrik desteği indirimi sağlanmaktadır.

3. GENEL SAĞLIK SİGORTASI

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile genel sağlık sigortası hayata geçirilmiş; Kanunda, kişileri sosyal güvence altına almak ve sigortalardan yararlanacak kişileri ve sağlanacak hakları ve bu haklardan yararlanma şartları ile finansman ve karşılama yöntemlerini belirlemek amaç edinilmiştir. 5510 Sayılı Kanun ile zorunlu olarak herkesin genel sağlık sigortası kapsamına alınması hedeflenerek, 18 yaşını tamamlamış her vatandaşın sosyal güvencesi olması gerekliliği belirtilmiş ve sosyal güvencesi olmayanlara gelir tespiti yaptırması zorunlu getirilmiştir.

Genel Sağlık Sigortası kapsamında gelir testi işlemleri; 1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’nin 73 üncü maddesinin (h) fıkrasına dayanarak Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarınca yapılmaktadır (Kılıç ve Şimşek, 2013: 65-73).

30 Aralık 2020 tarihi ve 31350 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan asgari ücret tespit komisyonu kararına göre 2021 Yılı için uygulanacak brüt asgari ücret 3.577,50 TL olarak belirlenmiş olup belirlenen asgari ücreti esas almak üzere, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarınca 2021 Yılı için Genel Sağlık Sigortası (GSS) Gelir Testi işlemlerinde aile içindeki gelirin kişi başına düşen aylık gelir tutarının tespitinde kullanılacak rakamlar kişi başı gelir brüt asgari ücretin 1/3’ünün altında ise (0 - 1.192,49 TL) GSS primi bakanlık güvencesinde

olup bakanlık tarafından ödenmektedir. Kişi başı geliri brüt asgari ücretin 1/3'ü ve fazlası ise (1.192,50 TL ve üzeri olanlar) GSS primi aylık olarak 107,33 TL kişilerin kendileri tarafından ödenmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER:

3294 Sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu 1986 Yılında yürürlüğe girmiştir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'ndan aldığı yetkiyle ve sosyal devlet olma ilkesi çerçevesinde; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu da yine 1986 yılında, 3294 Sayılı Kanun'da belirtilen hizmetlerin yerine getirilmesi amacıyla, T.C. Merkez Bankası nezdinde kurulmuştur.

İhtiyaç sahibi vatandaşlara nakdî ve aynî yardımda bulunmak üzere her il ve ilçede Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV), 3294 Sayılı Kanun ile kurulmuştur. Sosyal Devlet olma ilkesinin gereği Her bir SYDV ayrı birer birim olması sebebiyle her birinin ayrı ayrı Mütevelli Heyeti adı verilen ve yönetim ve temsil yetkisi bulunan bağımsız karar organları bulunmaktadır. Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından, SYDV'ler aracılığıyla ayni ve nakdi olmak üzere proje destek programları, Genel Sağlık Sigortası primlerinin karşılanması, aile yardımları, sağlık yardımları, eğitim yardımları ve engelli yardımları ihtiyacı olan kişi ve ailelere ulaştırılmaktadır. Sosyal yardımlar herhangi bir karşılık beklemeden devlet tarafından yapılmaktadır.

Türkiye'de pandemi nedeniyle sosyal yardımlarda artış olmuştur. Şöyle ki 2020 yılında bütçeden 25 milyar 93 milyon lira yoksullukla mücadele ve sosyal yardımlaşma için ayrılırken pandeminin de etkisiyle bu tutar yaklaşık 4 milyar artarak 2021 yılı bütçesinden 28 milyar 735 milyon lira ödenek ayrılmıştır.

Türkiye'de sosyal yardımların hedefine ulaşması için daha çok istihdamı arttırıcı ve beceri kazandırmaya yönelik eğitim programlarına önem verilmeli bu yönde projeler üretilerek hayata geçirilmelidir. Yoksulluğun giderilmesi için kalıcı çözüm önerileri ortaya konmalı ve dezavantajlı kesime yeni iş olanakları sunan devlet politikası oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Ayrıca, yardımlar yapılırken cömert davranılmalı ve gerçek anlamda yardıma muhtaç insanlara ulaşılmalıdır.

Sosyal yardım bir hak olarak verildiğinde sosyal yardım, faydalanıcılar üzerinde bir beklenti yaratabilir ve vatandaşların kolaylığa alışmasına, üretim ve istihdamdan uzaklaşmasına neden olabilir. Bu nedenle çalışma güç ve iradesinde olan bireyler istihdam piyasasına yönlendirilmeli, düzenli ve sigortalı çalışmaya

teşvik edilmeli bunun yanında engelli, yaşlı veya çocuk gibi çalışmayan gruplara ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte sosyal yardım sağlanmalıdır (Güneş 2012: 171-174).

Sosyal yardımlar, nakit transferleri olduğu için sağlık, eğitim ve beslenmedeki eksiklikleri gidermeye, hanelerin çocukları okula gönderebilmelerine, aile bireylerinin periyodik sağlık kontrollerine katılmalarına, yeterince gıda harcamaları yapabilmelerine yardımcı olabilmekte ve dolayısıyla, insan sermayesini korumaya ve yoksulluğun nesiller boyunca devam etmemesi için bireylere destek olmaya devam etmektedir. Sosyal yardımlar, sosyal koruma amaçları ile uyum içinde yürütüldüğünde, yoksulluğu, savunmasızlığı ve sosyal dışlanmayı önlemeyi ve azaltmayı amaçlayan politikalar üretilmesine katkı yapmaktadır. Sosyal yardım programlarının en ayırt edici özelliklerinden biri yoksulluğa odaklanmasıdır. Yoksullara odaklanan ve onları bu durumdan kurtarmaya yönelik politikaların toplumda refahı artırıcı yansımalar oluşturması tartışılmazdır. Sosyal hizmetlerin ifası olarak yapılan sosyal yardımlar, en kötü duruma yönlendirilirse dahi yararlan kişinin faydasında en büyük marjinal artışı gösterebileceği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA:

- Biçer, Ersin (2009). Yoksullukla Mücadelede Proje Destekleri ve Proje Desteklerinin Zaman Serisi Olarak Modellenmesi, T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Çalcalı, Önder (2011). Yoksullukla Mücadelede Devletin Rolü: Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu, Memleket Siyaset Yönetim, Cilt:6, Sayı: 16, ss.189-233.
- Çetin, Emrah (2020). Ulusal ve Uluslararası Hukuk Boyutuyla Sosyal Güvenlik Hakkı ve Etkinleştirilmesi, Yetkin Yayınları, Ankara.
- Güneş, Mehmet (2012). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Yardımların Bir Kamu Yönetimi Politikası Olarak Sürdürülebilirliği, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 24, ss. 149 – 184.
- Haspolatlı, Ersin (2014). Haspolatlı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları Üzerine Bir İnceleme, İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi (İNSAMER).
- Kılıç, Süleyman ve Şimşek, Durmuş (2013). Gelir Testi Uygulamasında Yaşanan Sorunlar, Denetim, Sayı:12.
- OECD, Social Benefits , <https://stats.oecd.org> , Erişim Tarihi: 01.04.2021.

Tekindal, Melike (2018). Türkiye’de Sosyal Yardımların Yapısal İşlevsel Yaklaşımına Göre Analizi, Toplum ve Sosyal

Hizmet, Cilt: 29, Sayı: 2, ss. 335-362.

Yuvalı, Ertuğrul (2019). 2022 Sayılı 65 Yaşını Doldurmuş Muhtaç, Güçsüz Ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık

Bağlanması Hakkındaki Kanunun Değerlendirmesi, TAAD (Türkiye Adalet Akademisi Dergisi), Yıl: 10, Sayı: 37.

<https://ailevecalisma.gov.tr> , Erişim Tarihi: 01.04.2021.

<http://www.bergama.gov.tr> , Erişim Tarihi: 06.04.2021.

10. BÖLÜM

SEÇİM SONRASI DÖNEMDE SEÇMEN TERCİHLERİNİ SİYASAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Gündem Gündüz ERDİNÇ¹

Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ

Kırklareli Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

ÖZET

Bu çalışma; seçmenlerin seçim sonrası dönemde siyasete bakış açılarının tanımlanması ve siyasal tatmin düzeyinin değerlendirilmesi amacıyla hazırlanan nitel temelde planlanmış bir yarı yapılandırılmış mülakat süreci sonucu elde edilen seçmen değerlendirmelerine ilişkin bulguları paylaşma amacını taşımaktadır. Çalışmada; Kırklareli ilinde ikamet eden 40 kişi örneklem olarak belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat/görüşme formunda yer alan 10 soru seçmenlere iletilerek bulgular bölümünde doğrudan alıntı yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın bulguları itibari ile siyasal pazarlama ve seçmen davranışları alanına yönelik literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Pazarlama, Seçmen Davranışı, Seçmen Memnuniyeti.

¹ Bu çalışma birinci yazar Gündem Gündüz Erdinç'in YL tezi uygulama kısmından üretilmiştir.

GİRİŞ

Siyasal pazarlamanın fonksiyonelliğini ortaya çıkaran temel unsur seçmenlerdir. Geleneksel pazarlamada tüketiciler olarak karşımıza çıkan bu kavram, siyasal pazarlamada oy verme karşılığında hizmeti satın alan seçmen kavramıdır. Birden fazla seçenek arasından seçim yaparak oy verme eylemini gerçekleştiren seçmen siyasal pazarlamanın başlıca unsurudur. Siyasal partilerin başarısı seçmen onayından geçmektedir.

1. SEÇMEN KAVRAMI

Geleneksel pazarlamada tanımlanan tüketiciler kavramının yerini siyasal pazarlamada seçmen almaktadır. Seçmen ihtiyaını karşılayabileceğini düşündüğü siyasal partiye veya adaya oy veren kişilere denmektedir (Tan, 2002: 136).

Seçmen; seçim sürecinde aktif olarak yer almakta, adaylar ve partiler için belirleyici bir unsur olarak görülmektedir. Seçmen yalnızca bir oy kullanıcısı olarak görülmek yerine siyasal sürecin şekillenmesinde ve gelişmesinde önemli bir unsur olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle siyasal partiler, seçmen ihtiyaçlarını belirlemeli ve seçmenlerin tercihlerinde yer alabilmek adına çalışmalar gerçekleştirmelidir. Siyasal partiler, seçmenlerin tüketime sunacakları hizmetlerin birer ihtiyaç olduğuna emin olmalı ya da ihtiyaç haline getirmelidirler.

Siyasal parti ve adayların, seçmenin oyunu alabilmek için ihtiyaını karşılıyor olmaları gerekmektedir. Varolan ihtiyaçları tatmin etmek ve potansiyel ihtiyaçları tanımlamak için ise yaşadığı bölgenin (lke veya şehir) ihtiyaçlarına vurgu yapılması ve “daha iyi olabileceği” algısı oluşturulması gerekmektedir. Seçmenin içinde bulunduğu toplumun daha iyi şartlara geleceğini düşünmesi, kendisi ve ailesini de doğrudan etkileyeceği için motivasyon sağlamaktadır. Dolayısıyla seçmen bu motivasyonu sağlayan parti veya adaya yaklaşmaktadır (Bayraktar, 2009: 44).

2. SEÇMEN TERCİHLERİ VE SEÇMEN MEMNUNİYET İLİŐKİŐ

Geleneksel pazarlamada tüketiciler memnuniyeti konusu siyasal pazarlamada seçmen memnuniyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Pazarlamada tüketiciler memnuniyeti satın alma karar sürecinde oldukça önemlidir ve memnuniyet, satın

alma faaliyeti gerçekleşikten sonra yapılan değerlendirmeler ile anlaşılmaktadır. Satın alma eyleminin sonucundan memnun kalan tüketici firmaya bağlılık duyar. Bu durum siyasal pazarlama açısından da düşünülebilir. Bu bağlılığın uzun vadeli olması siyasi partiler açısından uzun vadeli fayda sağlamaktadır. Seçmen memnuniyetinin sağlanması konusunda seçmenin “politikaya dair bilgisi ve seçimdeki karara dair güveni” oldukça önemlidir. Seçmenin, yapılan seçime duyduğu güvenin artması memnuniyet seviyesinin artmasını sağlamaktadır. Politikaya dair bilgisi ise memnun olması için olmaz olmaz bir unsurdur. Bu sebeple seçmenin politikaya dair ilgisi ve bilgisi ve siyasal olayları anlama, yorumlama kabiliyeti olması gerekmektedir (Özer, 2015: 31). **Bilgi düzeyi**, satın alma davranışına yön vermektedir. Çünkü bilgi düzeyi seçmenin, seçim faaliyetlerini anlaması ve gerekli araştırmalar yapmasının temelini oluşturmaktadır. Eğer seçmen veya tüketici satın alma konusunda kendini yeterli ve bilgili bulmuyorsa çevresinden destek almaya ihtiyaç duyar ve bu bilgiyi dışarıda aramaya başlar. **Güven**, memnuniyet konusunda ki bir diğer önemli faktördür. Seçmen güveni, seçimin doğruluğuna olan inancı ile ilgilidir. Morgan ve Hunt (1994: 58)’a göre, güven; “taraflararası eminlik ve doğruluğa olan inancın, yani alınmış kararın doğruluğu konusundaki güvene kavuşulması halindeki duygu” olarak tarif edilmektedir. Bunun yanı sıra güven ve özgüven kavramları birbirinden ayrı düşünülemez. Seçmenin kendine güveni, siyasi partinin kendine güveni ve seçmenin seçime güveni birbirine bağlı durumlardır. Bu taraflar arası hislerin paylaşılması ile verilen kararların doğruluğuna seçmen tarafından inanç duyulması gerekmektedir (Özer, 2015: 32).

Seçmen memnuniyetini önemseyen ve siyasal faaliyetlerin sonuçlarına odaklanan bir parti “hesap verebilirliği, açıklığı, öngörülebilirliği” esas alan sistemlere gereksinim duymaktadır. Siyasi partilerin seçmen beğenisini sağlamak üzere yaptığı çalışmaların başarılı olabilmesi için siyasal faaliyetlerinin temelinde seçmen istek ve ihtiyaçları olmalıdır. Bunun sonucunda siyasal parti faaliyetleri seçmen ile bütünlük içerisinde yürütülmüş olmaktadır. Eğer seçmen, parti hizmetlerine katılım gösterirse beklentilerinin belirlenebilmesi kolaylaşır çünkü seçmen bu katılım ile söz konusu hizmet karşısındaki düşünce ve görüşlerini ifade etme şansı elde etmiş olur (Akyıldız, 2012: 4422).

Seçmenlerin oy verme davranışı sunulan hizmet kalitesine göre şekillenmektedir. Memnuniyet konusunun üzerinde durulması seçmeni daha seçici hale getirmiş, verdiği kararda bilinçli davranış sergilemesinin önünü açmıştır (Özel vd., 2009: 39). Seçmen memnuniyeti konusu üzerinde yapılan araştırmalar

siyasi parti çalışmalarını olumlu yönde etkilemekte ve siyasi parti faaliyetlerinin daha hızlı, tarafsız ve vatandaş odaklı olmasını sağlamaktadır. Partileri sürekli gelişim içinde olmaya zorlayan bu durum seçmenler açısından da önemli etkiye sahiptir. Seçmenler seçmiş oldukları siyasi partilerin hizmetlerinden memnun kalmaları durumunda oylarını bir sonraki seçim döneminde aynı partiye vermektedirler. Bu sebeple seçim sonrası memnuniyet seçmeni siyasal partiye uzun vadeli olarak bağlamaktadır. Seçmen memnuniyet değerlendirmesi yaparken partinin hizmet kalitesini ele alarak karar vermektedir. Siyasi partilerin faaliyetleri sonucunda oluşan seçmen memnuniyet düzeyi bir sonraki seçim döneminde yapılacak olan faaliyetlerin kalitesini ve içeriğini belirlemektedir. Dolayısıyla siyasi partilerin strateji ve politikaları, seçmenlerin yapmış olduğu seçimler sonucunda belirlenmektedir (Keleş ve Ün, 2019: 74).

Seçmen odaklı siyasal partiler faaliyetlerini belirlerken hizmet odağına seçmeni almaktadır. Bu faaliyetleri sunarken seçmene karşı kurulan iletişim yöntemi önem göstermektedir. Çünkü seçmen ve siyasi parti arasında kurulan olumlu yönlü bir iletişim, seçmen zihninde siyasi partiye yönelik olumlu bir algı oluşturmaktadır. Seçmen memnuniyetinin oluşması için siyasi partilerin seçmenlere sunduğu “hızlı, etkin ve güler yüzlü faaliyetler” önem taşımaktadır. Siyasi parti ile seçmen arasında çeşitli hizmet konularında; seçmene yönelik pazarlama faaliyetleri, şikâyet/teşekkür kutuları, beyaz masa uygulamaları, e-devlet uygulamaları, e-mail, kültürel ve sportif faaliyetler vb yollarla iletişim kurulmalıdır. Uygulanan tüm bu faaliyetlerin aktif olarak kullanılması hem seçmen memnuniyetine yönelik olumlu etki yaratmakta hem de siyasi partilerin hizmet faaliyetlerini belirlenmesine yön vermektedir (Kestane ve Devebakan, 2015: 94).

3. SEÇİM SONRASI DÖNEMDE SEÇMEN TERCİHLERİNİ SİYASAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA: KIRKLARELİ İLİ ÖRNEĞİ

3.1 Çalışmanın Amacı, Yöntemi Ve Araştırma Soruları

Bu çalışmanın amacı seçmenlerin seçim sonrası dönemde siyasete bakış açılarının tanımlanması ve siyasal tatmin düzeyinin kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesidir. Araştırma konusuna yönelik literatürün genellikle “nicel” araştırmalar ekseninde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmada ise nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve nitel bulgular ile seçmen davranışlarını

tanımlamaya çalışarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu yöntem ile seçmenlerin siyasal ilgisi, seçim dönemi etkisi, seçim sonrası dönemde siyasetçilere yönelik algı, seçim türünün etkisi, siyasal ürün özellikleri, aday lider özellikleri, genel ve yerel sorunlar, iletişim, siyasal fiyat, genel ve yerel memnuniyet düzeyleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Hazırlanan araştırmanın ana kütlesi Türkiye'deki seçmenler olup, ana kütleyi oluşturan tüm birimlere ulaşımın olanaksızlığı nedeniyle araştırmada örneklem olarak Kırklareli İli seçilmiş ve il içerisinde ikamet eden kişiler hedef kitle olarak tespit edilmiştir. Elde edilen sayı örneklem büyüklüğünü oluşturmuş ve “kolay ulaşılabilir ve elverişli örneklem yöntemi” (Baltacı, 2019: 29) ile veriler toplanmıştır. Araştırma verileri 21/06/2021 - 28/06/2021 tarihleri arasında “kırk” seçmen ile randevu alınarak yürütülmüştür.

Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme yöntemi sürecinde veri toplamada “yarı-yapılandırılmış mülakat” yöntemi tercih edilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşme formunda 10 soru yer almakta ve konunun detaylı olarak incelenebilmesi için seçmenlere yönlendirilen alt sorular görüşme sürecinde iletilmiştir. Görüşmeler ortalama olarak 35-45 dk. arasında tamamlanmış olup, görüşme formundaki sorular seçmenlere araştırmacı tarafından okunmuş, alınan cevaplar ise seçmenlerden alınan izin doğrultusunda kayıt edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu aşağıda yer alan sorulardan oluşmaktadır. Buna göre araştırma soruları şunlardır:

- ✓ *Siyasetle olan ilişkinizi nasıl tanımlarsınız? Seçim öncesi ve sonrası dönemde siyasete olan ilginiz nasıl değişmektedir?*
- ✓ *Seçim sonrası dönemde siyasilerin seçmenlerle ilişkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?*
- ✓ *Seçimin türü oy verme kararınızı etkiler mi?*
- ✓ *Bir sonraki seçimde oy vermeyi düşünüyor musunuz? Oy verme kararınızı belirlerken parti/lider/aday/ideoloji (ya da bunlardan başka) unsurlardan hangilerini göz önünde bulundurursunuz?*
- ✓ *Bir sonraki seçimde hangi özelliklere sahip bir lider/aday sizin oyunuzu hak edebilir?*
- ✓ *Türkiye'nin ve Kırklareli'nin çözülmesi gereken en önemli sorunları nelerdir?*

- ✓ *Siyasetle ilgili haberleri hangi araçlardan takip ediyorsunuz?*
- ✓ *2018 yılında gerçekleştirilen genel seçim sonrası dönemde merkezi hükümetin çalışmalarından memnun musunuz? Seçimlerde verilen söz ve vaatlerin yerine getirildiğini düşünüyor musunuz?*
- ✓ *2019 yılında gerçekleştirilen yerel seçim sonrası yerel yönetim hizmetlerinden memnun musunuz? Seçimlerde verilen söz ve vaatlerin yerine getirildiğini düşünüyor musunuz?*

3.2 Bulgular

Demografik dağılıma bakıldığında seçmenlerin cinsiyetlerine ilişkin dağılımın eşit sayıda ve yirmişer kişi olduğu, yaş dağılımı açısından en yoğun katılımın 30-39 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Meslekler açısından değerlendirildiğinde; seçmenlerin %25'i serbest meslek sahibi iken, %22,5'i kamu çalışanı, %20'si emekli, %17,5'i özel sektör çalışanı, %12,5'i ev hanımı, %2,5'i öğrencidir. Eğitim düzeyi kapsamında ise, seçmenlerin %45'i lisans, %25'i ilköğretim, %22,5'i ise lise, %7,5'i lisansüstü mezuniyet derecesine sahiptir.

Seçmenlerin Siyasete Yönelik İlgi Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan seçmenlerin %55'inin siyasetle ilgili olmadığı, %45'inin siyasetle ilgilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Seçmenlerin siyasete yönelik ilgi ya da ilgisizliklerinin nedenlerini derinlemesine ve detaylı olarak elde etmek amacıyla seçmenlere farklı ve detay içeren sorular yöneltilmiştir. Siyasete yönelik ilgi duyduğunu belirten seçmenlerin; bahse konu ilgiyi “vatandaşlık görevi”, “ülke yönetimini ilgilendirmesi”, “sevmesi ve merak etmesi”, “ülkenin daha iyi bir duruma gelmesi”, “istek ve ihtiyaçlarının karşılanması” ve “ülke ve dünya gündemini takip etmek” şeklinde 6 boyutta ifade ettikleri görülmektedir. Bu konu hakkında: G (1) görüşünü şu şekilde açıklamaktadır: *”Kesinlikle oy vermem gerektiğini düşünüyorum, hem bir hak hem bir vatandaşlık görevi olarak görüyorum.”*; G (15), *“hükümetin yaptıklarından dolayı siyasetle ilgilenmek zorunda kalıyorum.”*; G (30) görüşlerini *“Siyasetle gündemde Türkiye’de ya da dünyada da olup biteni takip ederim. Siyaset veya dünya gündeminde olanları dizi izlemeye tercih ederim.”* ve G (17) görüşünü şu şekilde açıklamaktadır: *“Globalleşen dünyada siyaset ve rekabet olmazsa olmazımız. Siyasette bunlardan en büyük faktör olduğu için. Bunu takip ederek hem dünya gündemini hem de ülkemizin gündemini takip edebiliyorum. Siyaset aslında istediklerimizin bireysel ve toplumsal isteklerimiz*

karşılanması açısından olmazsa olmaz.” Siyaset ile ilgili olan bireylerin özellikle yerel, ulusal ve uluslararası gündem ile bağlantılı kalmak, ülkenin yönetiminin süreçsel analizini gerçekleştirmek, değerlendirmek ve siyaseti bir vatandaşlık görevi olarak addettikleri için siyasetle ilgilendikleri anlaşılmaktadır.

Seçmenlerin siyasete yönelik ilgi düzeylerine ilişkin yöneltilen soruya %55 düzeyinde “ilgi duymadığını” belirtenlerin bahse konu “ilgisizliğinin” alt nedenleri ise; siyaseti “yalan ve samimiyetsiz bulması”, “anlamaması veya sevmemesi”, “uzun süredir aynı iktidarın olması”, “iş gereği tarafsız olmak istemesi” şeklinde 4 farklı boyutta konumlandıkları bulgulanmaktadır. Siyasete yönelik ilgisizliğinin temellerinde ya da alt nedenlerinde “yalan” ve “samimiyetsizlik” gören: G (32) *“Yalan bir politika. Verdikleri sözleri tutmuyorlar genelde.”* Şeklinde konuyu açıklarken, siyaseti anlamaması veya sevmemesi nedeniyle siyasetle ilgilenmediğini belirten G (6) ise *“Siyasal ve uluslararası ilişkiler mezunuyum ama siyaseti hiç sevmiyorum. Siyaseti kendime yakın bulmuyorum. Siyasetle ilgili haberleri okumayı sevmiyorum”* şeklinde açıklama getirmektedir. Esnaf olup geçimini bu kanalla sürdüren bireylerin konuya yönelik açıklamalarda oldukça isteksiz davrandıkları görülmekte; G (28) bu konuyla ilgili görüşünü şu şekilde açıklamaktadır: *“Siyasetle fazla ilgim yok. Esnaf olduğum için her daldan müşteri geliyor. İlmli olmak zorundayız”,* G(22) ise benzer şekilde *“Siyaset yaşam tarzıdır sonuçta her insanın gönlünde bir insan yatar tarafsız değiliz taraflıyız ama esnaf olduğumuz için tarafımızı ön plana çıkarmıyoruz”* cümlesini ifade etmektedir. Aynı soruya ilişkin bir kısım seçmen ise iktidarın uzun süredir yönetimde olmasından kaynaklı siyasete olan ilgilerinin azaldıklarını dile getirmiştir. G (4) bu konudaki fikrini *“Ülkemizde olan mevcut durum dolayısıyla, 15-20 yıl gibi uzun bir süredir iktidarın aynı olması”* şeklinde açıklamaktadır, seçmenleri değerlendirmeleri ışığında siyasete yönelik seçmen ilgisinin giderek azalan bir seyir izlediğini söylemek mümkündür.

Seçim Sonrası Dönemde Siyasilerin Seçmenlerle İlişkilerine Yönelik Algı Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan seçmenlerin %85’inde seçim sonrası siyasilerin halka olan ilgisinin azaldığı, % 10’ unda siyasetçiden siyasetçiye değiştiği; %5’inde ise seçim sonrası siyasetçilerin halka olan ilgisinin azalmadığı, sonucuna ulaşılmıştır. Seçim sonrası siyasetçilerin seçmenlerle olan ilgisinin azaldığını belirten seçmenlerden elde edilen cevaplar değerlendirildiğinde, siyasetçilerin oy toplamak amacıyla seçmenlere “samimiyetsiz”, “yapmacık” davranışlar

sergilediği ve seçmenlere “inandırıcılığı olmayan vaatler” verdikleri dile getirmektedir. Bu konuda görüşlerini açıklamak isteyen G (2) “*Seçim öncesi döneme göre siyasetçiler seçim sonrasında seçmenlerle daha az ilgili. Çünkü seçim öncesinde insanlara daha sempatik görünmek için içli dışlı oluyorlar. Oy toplamak için. Ben bu yapmacık davranışlardan dolayı seçim öncesi olumlu duygular beslemiyorum*” şeklinde konuyu açıklarken, bu konuyla ilgili düşüncelerini G(7) ise “*Seçim döneminde herkese pembe boncuklar gülücükler... Seçimden sonra kimse kimseyi görmüyor. Seçim sonrası ilgilenen adaylar oluyor ama çok az. Genelde kimse kimseyle ilgilenmiyor. Halkı verilen sözlerle baş başa bırakıyorlar*” cümleleriyle düşüncelerini ifade etmektedir. Buna benzer bir görüş belirten G (1) ise; “*Siyasiler seçim sonrası halkla olan iletişimini azaltıyorlar. Kendi işleri olana kadar ilgilenmiş gibi yapıyorlar, küçük yerlerde bu daha çok belli oluyor. Seçim öncesinde artan bir yoğun ilgi oluyor, sokaklardan geçen arabalardan müzik çalmak, daha çok halkın karşısında toplu görüşmeler yapmak, köy köy gezmek genelde seçim öncesi oluyor. Seçimden sonra hiçbir halk ve siyasinin konuştuğu bir video karşımıza çıkmıyor. Bence halkında siyasete siyasetinde halka karşı seçim sonrası ilgisi azalıyor*” şeklinde eleştirel bir görüş belirtmektedir. Siyasetçilerin seçmenlere olan ilgisinin azaldığını düşünen bir kısım seçmen ise bu durumun üzerinde seçim sonrası dönemde Türkiye’de ve dünyada çok geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalık COVID-19’ un neden olduğu pandeminin etkili olduğunu düşünmektedir. Bu sebepten dolayı seçmenler, siyasetçilerin seçim sonrası dönemde ilgilerinin daha da azaldığını vurgulamaktadır. Bu konuyla ilgili görüşlerini açıklamak amacıyla G (32) ve G (35): “*Seçim dönemlerinde herkes geliyor. Ama seçimden sonra hiçbirisi gelmedi. Seçmeni unutuyorlar. Oyları almak için geliyorlar o kadar. İki senedir hiçbir siyasi görmedim pandemiden dolayı da olabilir. Sadece muhtarlar geliyor. Bence seçimden sonra vatandaşla içli dışlı olmaları lazım sorunlarını dinlemeleri lazım*”, “*Çok samimi gelmiyor bana sürekli vaatlerde bulunuyorlar şehrinize şunları yapacağız, işsizliği ortadan kaldıracacağız, asgari ücreti zamlandıracağız çiftçiye destek olacağız ya da küçük esnafa destek olacağız vaatlerini sıralayıp, bunun yüzde ellisinden daha az kısmını yapıyorlar. Seçimden sonra hiç yokmuş gibi davranıyorlar, şu an düşünürsek esnaf kan ağlıyor, pahalılık var, zam var, Euro dolar yükseldi çok fazla seçmeni duymuyorlar ve yerine getirmiyorlar bana göre. Bu sorunları pandemide daha fazla görmeye başladık*” şeklinde farklı bir yorum getirmektedir.

Siyasetçilerin seçmenlerle olan ilişkilerinin nasıl değerlendirildiğine dair ilişkin yöneltilen soruya %10 düzeyinde seçmen “siyasetçiden siyasetçiye değişmektedir” şeklinde yanıt vermiştir. Bu konuyla ilgili görüşünü G (31):

“Bazıları gerçekten çok samimi oluyor. Herkesi kendisi gibi biliyorlar. Bazılarının daha yüz hatlarında o ifade beliriyor ki ben kazanırsam o zamana kadar sizinle teşviki mesai yaparım, kazanamazsam küserim kazanırsam da kazandıktan sonra sizi göz ardı ederim. Seçimden sonra genelleme yaptığım zaman yüzde 70 siyasetçilerin davranışları bir dahaki seçimde aday olurum bu seçmene yolum düşerse diye aynı rolü aynı davranışı içinden gelmese de yapmaya çalışıyor ama zeki insanlar bunu anlıyorlar. Örneğin bazı siyasetçiler resmi, dini bayramlarımız da kutsal gecelerimizde inanlar için o zaman toplu bir mesaj çekiyor. Sizde diyorsunuz ki falanca vekil beni aradı ya da mesaj çekti. Ben bunları pek inandırıcı bulmuyorum” şeklinde ifade etmektedir. Bunun yanı sıra seçmenler arasında yer alan % 5’lik kısım ise seçim sonrası siyasetçilerin seçmenlerle olan ilgisinin azalmadığını, istedikleri zaman ulaşabildiklerini, ilginin seçim öncesinde olduğu gibi aynı samimiyet ile devam ettiğini ifade etmektedirler. G (39) bu konu hakkındaki görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir: *“Yaşadığım ve bağlı bulunduğum yerdeki belediye seçiminde mesela bizim başkanımız gayet iyiydi çok ilgiliydi öncesinde de şimdi de çok iyi. Ben herkesten aynı şeyi yapmasını beklerim bir güler yüz herkese aynı şekilde selam vermesi, ilgilenmesi kişiye statüye bağlı bulunduğu yere göre davranmaması. Dil, din, ırk ayrımı gözetmemesi; hangi partiden olduğuna bakmaması benim için bunlar önemli”*.

Seçim sonrası dönemde siyasetçilerin seçmenlerle olan ilişkilerinin azaldığını düşünen %85’lik grubun beklentilerini daha iyi anlayabilmek amacı ile “Seçim sonrası siyasetçilerden ilgili olduklarını düşünmeniz için nasıl bir davranış içinde olmalarını beklersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Siyasetçiler seçmenler ile ilgilerini hep aynı seviyede tutmalıdır; G (40) *“seçim var diye gelmesin seçim sorası da gitmesin hiç seçim yokmuş gibi düzgün gerçekçi davranışları ile devam etsin”*, G (10) *“Seçim sonrasında halkı ile iç içe olması halkın sorunlarını meclise taşıması; uzman olduğu alanlarda çalışmalar yapması gerekmektedir”*, G (16) ise *“Verilen vaatlerin yerine getirilmesi ülkenin gerek ekonomik gerek sosyal anlamda daha iyi yerlere getirilmesi için çalışmalar yapılması”* şeklinde önerilerini ifade etmektedir. G (14) ise görüşünü genel bir yorum şeklinde: *“Seçim sonrası olması gerektiği gibi verilen sözlerin gerçekleştirilmesini beklerim”* cümleleri ile ifade etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise seçmenlerin seçim sonrası siyasetçilere yönelik beklentileri dört boyut altında toplanabilmektedir. Bunlar: “samimi davranış”, “halkın sorunları ile ilgili olma”, “verilen söz ve vaatleri yerine getirme”, “ülke menfaati için çalışma” şeklinde ifade edilmektedir. Seçmenler, siyasetçilerin bu davranışları sergiledikleri zaman seçim sonrasında da olumlu algılara sahip olabileceklerini ifade etmektedir.

Seçmenlerin Seçim Türü Özelinde Oy Kararına Ait Bulgular

Seçmenlerin %65'inin seçim türünün oy verme kararını etkilediği, %35'inin ise etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Seçmenlerin oy verme kararlarını alırken seçimin türünün etkili olup olmadığı konusu değerlendirildiğinde, seçimin türünün oy verme kararlarında etkili olduğunu belirten seçmenler yerel ve genel seçimlerde farklı kriterlere göre oy kullandıklarını ifade etmektedir. Buna göre seçmenlerin yerel seçimlerde oy kullanırken “referans”ı önemli bir kriter olarak değerlendirmektedir. Seçmenler özellikle yerel seçimlerde adaya odaklanmakta ve adayın sahip olduğu nitelikler çerçevesinde tercihte bulunmaktadır. Bu sebeple seçmenler adayı tanıyarak ya da adayı tanıyan kişilerden bilgi edinerek tercih yapmaktadır. “Hemşeri olması”, seçmenlerin gözünde buldukları şehrin sorunlarını o şehirde doğup büyüyen kişinin şehrin sorunlarını ve eksiklerini daha iyi gözlemleyip çözüm üreteceklerini düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Güven sağlaması açısından “adayın kişiliği” göz önünde bulundurulurken, “hizmet edecek olması”, “şehre yapılacak olan yatırım” gibi faaliyetlerde şehrin kalkınmasını ve aynı zamanda kendi refah düzeylerinin artacağı düşüncesi ile önemsedikleri diğer bir husustur. Bu ifadelerin 6 başlık altında boyutlandırılmakta olduğu görülmektedir. Genel seçimlerde ise seçmenlerin oy verirken dikkat ettiği kriterler daha çok “ülke menfaatleri”, “adayın güven vermesi”, “lider özellikleri”, “parti”, “ideoloji” gibi 5 başlık altında boyutlandırılmıştır. Seçmenler oy kullanırken yerel ve genel seçimlerde ağırlıklı olarak dikkat ettikleri hususlar belirtilen başlıklar altında değerlendirilmektedir. Seçimin türünün oy verme kararını etkilediğini ifade eden seçmenlerden G (7) *düşüncelerini yerel seçimlerde yakın olduğum tanıdık kişilere oy veriyorum. Kişiyle ilgili. Belediye olarak baktığımızda parti de önemli başkan adayı da önemli. Genel seçimlere baktığımız zaman cumhurbaşkanı seçiminde partidense kişi daha önemli; güvenilir sözünde duran ve ülkenin menfaatlerini düşünen biri olması gerekiyor* şeklinde ifade etmektedir. Aynı görüşte olan G (1) *“Yerel seçimlerde adayları pek yakından tanıma zamanım olmuyor kimin aday olduğunu seçime yakın bir dönemde görüyorum ağırlıklı olarak yakın olduğum partiden yana yöneliyorum”* ifadelerini kullanmıştır. G (18) ise görüşlerini benzer bir şekilde *“Yerel seçim için tanışmak ve o kişi hakkında daha fazla bilgi edinme imkânı olduğundan dolayı onun hizmet edip edemeyeceğine yönelik değerlendirme şansım olur. Genel seçimlerde devletim temel ilkelerine bağlılığı ve topluma hizmet etmesi ve sorunlarını çözmesi bu yoldaki çözümlere bağlılığı önemlidir. Kişinin dürüstlüğüne, hizmet etmesine bağlı olarak değerlendiririm”* sözleri ile ifade etmektedir. Seçmenlerin yerel ve

genel seçimlerde oy kullanırken farklı kriterlere göre oy kullandıkları görülmektedir. Parti, aday, ideoloji gibi farklı kriterler olsa da çoğunlukla yerel ve genel seçimlerde belirtilen farklı kriterlerin göz önünde bulundurulduğu görülmektedir.

Seçmenlerden elde edilen bulgulara göre seçim türünün oy verme kararını etkilemediğini belirten %35'lik grubun yerel ve genel seçimlerde ağırlıklı olarak aynı kriterleri göz önünde bulundurarak oy verme davranışını sergilediği tespit edilmiştir. İlgili grup, hem yerel hem genel seçimlerde adayı baz alarak adayın kişilik özelliklerine ve vereceği hizmete yönelik bir değerlendirme yaptıklarını belirtmektedirler. G (39) *“Yerel seçimde insan ayrımı yapmaması kişinin ne olduğuna bakmaması; vatandaş gözüyle bakmasını gözetirim sonrada bağlı bulunduğumuz şehrin sorunlarıyla ilgilenmesi neyinin eksikse onu tamamlamaya çalışması, vicdanlı, güler yüzlü, ilgili alakalı olmasına bakarım. Genel seçim için vatanın milletin çıkarını gözetmesine kendi çıkarını değil. Vatanını, milletini göz önünde bulundurmasına, insan ayrımı yapmamasına ilk önce insan demesi benim için önemli. İlk önce kendi devletinin sorunlarıyla ilgilenmesi vatanını milletin bayrağını gözetmesi benim için çok önemlidir. Her iki seçim için de aynı şeylere bakarım”* şeklinde ifade etmektedir. Aynı soruya ilişkin olarak seçimin türü oy verme kararını etkilemeyen %35'lik kısım içerisinde yer alan bir diğer grup ise sadece parti odaklı oy verdiklerini ifade etmektedirler. Bu görüş doğrultusunda G (38) *“Bu yüzden takım tutar gibi parti tutduğumuz için aman bu olmuş oy veriyim diyoruz”* ifadelerini kullanmıştır.

Seçmenlerin Bir Sonraki Seçimde Oy Kullanıp Kullanmayacağı ve Oy Verme Kararını Belirlerken Siyasal Ürün Özelliklerinden Parti/Lider/Aday/İdeoloji Tercihlerine İlişkin Bulgular

Seçmenlerin %95'i önümüzdeki seçimde oy kullanmayı düşünmektedir. Seçmenlerin %5'i ise önümüzdeki seçimlerde oy vermeyi düşünmediğini ifade etmektedir. Seçmenlerin neredeyse tamamı bir sonraki seçimde oy kullanmayı düşündüklerini, bunun herkes için zorunlu bir “vatandaşlık görevi” olduğunu ve “kendilerini ifade ettikleri tek yer” olarak gördüklerini ifade etmektedir. Bu konu hakkındaki görüşünü detaylı bir şekilde açıklamak isteyen G (19) *“Evet, oy vermemeyi hiçbir zaman düşünmedim yani karşıya göre tek kendimizi gösterebildiğimiz platform oylarımız o yüzden düşünüyorum o yüzden herkesin de vermesi gerektiğini düşünüyorum”* görüşü aracılığıyla ifade etmektedir. Buna benzer bir şekilde görüşünü G (1) şu sözleri ile ifade etmektedir: *“Kesinlikle oy vermem gerektiğini düşünüyorum, hem bir hak hem bir vatandaşlık görevi olarak görüyorum”*. Oy vermeyi düşünenlerin tersi bir görüş olarak

düşünmeyen %5'lik kısım ise oy vermeme nedenini şu şekilde açıklamaktadır: G (2) *“Benim düşünceme göre oy verebileceğim, ülkemize faydalı bir adayın olduğunu düşünmüyorum”*.

Seçmenlere oy verme kararını belirlerken parti/ lider/ aday/ ideoloji unsurlarından hangisini göz önünde bulundurdıklarına ilişkin sorulan sorudan elde edilen cevaplara göre, katılımcıların %20'si oy verme kararını “partiye” göre, %15'i “adaya” göre, %15'i “ideolojiye” göre, %12,5'i “lidere” göre, %17,5'i bu kriterlerin “hepsine” göre, %8'i ise bu kriterler haricinde diğer unsurları göz önünde bulundurarak oy verme kararını gerçekleştirmektedir. Bu kriterler arasında partiyi göz önünde bulundurarak oy kullandığını ifade eden G (5) görüşünü net bir şekilde açıklamıştır *“Partiyi göz önünde bulundurarak oy veriyorum”*. İdeolojiye göre oy kullananlar arasından G (20) *“İdeolojiye göre oy veririm. Vatan millet bayrak sevgisi önce bir kişide olması gereken bir özelliktir”* şeklinde düşüncelerini ifade etmektedir. Oy verme tercihini lidere göre belirleyen G (30) ise görüşünü şu şekilde ifade etmektedir: *“Lider de önemli, saygın, Atatürk gibi lider doğmak, her şeyiyle üstün davranışlarda olmak. Öncelikle lider”*. Parti/ lider/ aday/ ideoloji kriterlerinin hepsini bir bütün olarak değerlendirdikten sonra oy verme kararını belirleyen, %17,5'lik grup içerisinde yer alan G (15) *“Aslında bunların hepsini ele alıyorum. Partiyi de ideolojiyi de adayı da ele alıyorum. Yaptıkları icraatları ele alıyorum. Adayda cumhurbaşkanlığı seçimi için konuşursak, ülkeyi temsil edecek olan kişi olduğu için buradaki kişinin eğitim durumu kendisi üslubu insanlara yaklaşımı çok önemli”* cümleleri ile düşüncesini ifade etmektedir. Bunların yanı sıra parti/ lider/ aday/ ideoloji haricinde farklı unsurları göz önünde bulundurarak oy verme kararını belirleyen %20'lik kısım, bu kararı verirken çevresel faktörlerden arkadaş ortamı, aile ortamı, çalışma ortamı vb. etkiler ile oy kararını belirlediğini ifade etmektedir.

Seçmenlerin Aday/ Liderlerde Aradıkları Özelliklere İlişkin Bulgular

Seçmenlerin oyunu hak eden bir siyasetçinin muhakkak seçmen tarafından “dürüst” olarak algılanması gerekmektedir. Daha sonra “ülke menfaatini ön planda tutan”, “hitabet yeteneğine sahip”, “çözüm odaklı davranan”, “çalışkan”, “halka karşı şeffaf olan”, “vatandaşın dertlerini dinleyen” ve “bulunduğu bölgeye hizmet eden”, “halkla ilişkisi iyi olan”, “adaletli olan” ve “yolsuzluklara karşı olan” şeklinde sıralanmak mümkündür.

Türkiye'nin ve Kırklareli İlinin Önemli Görülen Sorunlarına Yönelik Bulgular

%16,1 ile ilk sırada “işsizlik” yer almaktadır. %12,9 “ekonomi”, %8,3 “eğitim”, %7,7 “gelir adaletsizliği”, %3,2 “zamlar”, %3,2 “uluslararası ilişkiler”, %3,2 “kadına şiddet”, %3,2 “sağlık”, %3,2 “üretim eksikliği” ve %38,7 “diğer” şeklinde yer almaktadır. Bu konuyla ilgili görüşünü G (21) “*Bu iki senedir Türkiye bitmek üzere pandemiden dolayı. Her şey durdu. Kredi çekenler ödeyemiyor. Çalışanlar yok. Fakirler çok. İnsanlar evine ekmek su götüremiyor. Bu insanlar ne yiyecek ne içecek çoluk çocuk*” şeklinde açıklamaktadır. Benzer şekilde G (38) “*Rakamsal olarak çok yansımasa da işsizlik sorunu var şu an bakıyorsunuz üniversite mezunu olup işsiz olan bir dünya insan var, ekonomik problemler, gelir düzeyi azalması, yapılan zamlar, pandemi ortamında esnafa gerekli yardım yapılmadı*” şeklinde cevaplandırmıştır. Genel olarak ekonomik sorunlar hakkında görüşlerini açıklamak isteyen G (40) “*Ekonomi, üretim, işsizlik bunlar zaten birbirini tetikliyor. İlk olarak ekonomi, Türkiye vatandaşlarına ait toplanan vergileri, kesilen cezaları yandaşlara değil de Türk halkına, işsizlere, yaşlılara, emeklilere, evsiz ve kimsesiz insanlara vermeleri gerekir. İkinci olarak üretim konusu istihdam yok. Devletin yol köprü yapacağına fabrikalar yapması gerekir. Kendi üretimimiz olsun üretim olduktan sonra 2. Problemden çözülmüş olur, fabrikalar çözülmüş de işsizlik çözülmüş olur*” şeklinde ifade etmektedir. Ekonomik sorunlara yönelik bir diğer sorun ise üretim eksikliği olarak görülmektedir. Bu konuda ki görüşünü G (8) şu şekilde ifade etmektedir: “*Ekonomi, dışa bağımlılık, kendimize yetecek bir ülkeyiz ama bunu kullanamıyoruz. Dış ülkenin gelişmemize engel olması, gelişmemizi istememeleri, uluslararası ilişkiler, eğitim, adli süreç çok uzun, sanayileşmenin artması gerekiyor*”. Ülkemizde hali hazırda var olan ekonomik sorunlar pandemi etkisi ile seçmenlerden alınan bulgulara göre daha da arttığı sonucuna varılmaktadır. Tablo 11’ de yer alan Türkiye’nin sorunlarına yönelik diğer kategorisi altında 32 alt sorun tespit edilmiştir. Bunlara örnek olarak “hayat pahalılığı, dış ülkelere bağımlılık, beyin göçü, adli süreç uzunluğu, ifade özgürlüğünün kısıtlanması, terör, toplumsal ayrışma, vergi adaletsizliği, hayvan hakları” gibi sorunlar yer almaktadır.

Kırklareli ilinin en önemli sorunu %16,03 ile “alt yapı” olarak görülmektedir. Bu sorunu ise %10,37 “işsizlik”, %9,43 “yol çalışması sorunu”, %7,54 “sosyal faaliyet alanı eksikliği”, %7,54 “şehir planlaması”, %6,60 “park yeri/otopark sorunu”, %5,66 “sokak hayvanları”, %4,71 “çevre temizliği”, %32,07 “diğer” sorunlar takip etmektedir. Kırklareli’nin çözülmesi gereken sorunlarına G1’in görüşü “*Yol sorunu, uzun süre bitmemesi, sokak hayvanları,*

sokakta sahipsiz ve belediye tarafından bakımı yapılmayan yemek su verilmeyen sokak hayvanları, belediyenin hasta sokak hayvanlarının tedavisi için bir hizmeti olmadığını öğrendim, bu yönden beklentilerim var. Hayvanlar belirli bir yerde toplanabilir, barınak gibi, isteyen insanlar oraya bağış yapabilir” şeklinde ifade etmektedir. Bu konuda benzer bir görüşü paylaşan G (30) “Çok gelişmiş bir şehir değil, güvenlik yönünden güzel ama gençlerin geleceği için yeterli değil. İşsizlik var daha çok fabrika açılması gerekiyor. Yatırım gelmeli, hükümetten iş adamlarından” ifadelerini kullanmaktadır. Kırklareli’nin yönetsel sorunlarına ilişkin ise G (31) “Belediye’nin bana göre billboardlara, reklamlara, yol kaldırımlarına, alt yapıdaki yanlışlıklardaki gereksiz masraflara baktığım zaman sadece acı acı güliyorum. Temizlik işçilerinin vasıfsız olması, bir beton atılıyor beş kişinin elinde kürek bekliyor. İşe mi adam arıyorsun adama mı iş arıyorsun onu merak ediyorum. İki de bir suya elektrige zam yapılmasının ağır olduğunu düşünüyorum” ifadelerini kullanmaktadır. Buna benzer bir görüşte olan G (38) “Pazar yerinin büyüklüğü bu şekilde büyük yapılması gereksiz bir masraf oldu çünkü haftanın bir günü kullanılan bir yere bu kadar para bağlanması yazık günah diye düşünüyorum. Şimdi bakıldığında 2 tane dükkân var satılan 4-5 dükkân var. Dükkânların yüzde yetmiş boş duruyor. Bu ne oluyor belediye parasını boşa bağladı oraya bağlanan parayla farklı projeler yerine getirilebilirdi onun yerine çarşıya bir köylü pazarı yapılabilirdi. Eski bir otelimiz var iş hanı oldu onun yerine belediye yurt yapıp kendine gelir sağlayabilirdi, seçimlerden sonra bir dünya gereksiz işe alınan oldu o kadar para bağlamaktansa bunu kendi halkı için kullanabilirdi. Seçmenlerin çoğunluğunun üzerinde durduğu bir başka sorun olan sokak hayvanları ve çevre düzenlemesi konusundaki düşüncelerini G (40) şu şekilde ifade etmektedir: “Sokak hayvanlarını hepimiz çok seviyoruz ama bu şekilde başıboş bir halde sokaklarda olması çocuklarımızı, kadınlarımızı ve insanlarımızı korkutuyor. Bu sokak hayvanlarının daha düzgün bir yerde bakılarak korunarak sokaklarda değil de hayvanlarımızın da daha düzgün bir şekilde yaşayabilecekleri bir alanlara götürülmesini istiyorum bunu da belediyemiz yapamıyor. Kırklareli’ni geliştirmiyorlar hiçbir şekilde, değişik bir ışıklandırma sistemi yok yeni yeni büyüyen mahallelerdeki sokak lambaları hiç iyi değil, alt yapı sorunu ve su sorunu var sularımız çok kötü, mahallelerdeki temizlikler çok zayıf”. Bunların haricinde 65 yaş üstü seçmenlerin neredeyse tamamı pandemi şartları sebebi ile evden çıkamadıkları için şehrin güncel sorunlarına yönelik herhangi bir bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmektedirler. G (29) bu konuya ilişkin cevabını “Dışarı çıkmadığım için pandemi sürecinde bir problem fark edemedim” şeklinde ifade etmektedir.

Siyasetin Takip Edildiği Araçlara Yönelik Bulgular

Elde edilen bulgular sonucunda seçmenlerin %48,07'si siyasetle ilgili haberleri TV üzerinden takip ettiğini ifade etmektedir. Bir diğer yüksek oran ise %40,38 ile internettir. Seçmenlerin %7,69'u siyasetle ilgili haberleri gazeteden, %1,92'si radyodan, %1,92'si ise miting ve kongrelerden takip etmektedir.

Görüşmeler esnasında %48,07 ile TV'den takip ettiğini belirten seçmenlerden spesifik olarak kanal belirtenler mevcuttur. Örneğin G (2) özellikle siyaseti Fox TV, TV 100, Ülke TV'den takip ettiğini belirtmektedir. Seçmenlerden elde edilen cevaplara göre takip edilen diğer kanallar ise Habertürk, CNN Türk, NTV olarak tespit edilmiştir. Seçmenlerin %40,38'i siyasi haberleri internet üzerinden takip ettiklerini ifade etmektedir. Bu grup içinde yer alan bazı seçmenler siyasi haberleri sadece internette takip ettiklerini, TV'de yayınlanan haberlerin güvenilirliğine inanmadıklarını ifade etmiştir. Bu durumu G (38) ve G (39) şu sözleri ile ifade etmektedir: *“TV artık izlemiyorum çok yanlı olmaya başladı, Twitter'dan takip ediyorum”, “TV'yi çok izlemiyorum daha çok sosyal medya. TV yanlı geliyor. Haberlerden sosyal medyadan eğer bir elime gazete dergi geçerse bakar okurum yani. Sosyal medya daha güvenilir geliyor. Sosyal medya uygulamalarından Instagram aracılığı ile takip ediyorum”*. Çalışmanın ilgili sorusu kapsamında İnternet üzerinden siyaseti takip eden seçmenler ağırlıklı olarak Twitter, Instagram, Mynet platformlarını kullandıkları bulgulanmıştır.

Genel Seçim Sonrası Dönemde Merkezi Hükümetin Çalışmalarına Yönelik Memnuniyet Düzeyine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan seçmenlerin %60'ı merkezi hükümetin çalışmalarından memnun olmadığını ifade etmektedir. Seçmenlerin %40'ı ise bu çalışmalardan memnun olduğunu belirtmektedir. Seçmenlerin %60'ı 2018 yılında gerçekleştirilen genel seçim sonrası dönemde merkezi hükümetin verdiği söz ve vaatleri yerine getirmediğini; %27,5'i ise bu söz ve vaatleri hatırlamadığını belirtmektedir. Merkezi hükümet tarafından verilen söz ve vaatlerin yerine getirildiğini düşünenlerin oranı ise %12,5'tir. Derinlemesine bilgi edinmek ve tatmin düzeyinin artırılması amacı ile merkezi hükümetin çalışmalarından memnun olmadığını ifade eden seçmenlere detay sorular sorulmuştur. Bu konu hakkında düşüncelerini G (2) ve G (7) *“Ekonomik sebeplerden dolayı memnun değilim. İnsanlara olan davranışlarından dolayı memnun değilim”* ve *“Memnun değilim. Görüş farklılığı sebebiyle sevmiyorum. Yönetim şeklini sevmiyorum. Pandemiye yönetme şeklini onaylamıyorum”* şeklinde ifade etmektedir. Benzer bir şekilde görüşünü ifade eden G (5) ise *“Köprü yapmak halka hizmet etmek*

değildir. Tarım yapanların halkın daha çok dinlenmesini isterdim. Öğrencilerin dinlenmesini isterdim” şeklinde düşüncelerini ifade etmektedir. Memnun olduklarını belirten %40’lık grubun içinde yer alan G (8) çarpıcı olarak konuyu farklı yönde değerlendirmektedir. “Genel anlamda memnunum. Ekonomik sıkıntılar oldu. Eğitim ve adalet konusunda da daha iyi yerlere gelirsek daha memnun olurum. Üç senenin iki senesi pandemiyle geçti, çokta bir beklentim yok açıkçası verilen vaatleri yerine getirmek için uygun bir ortam olmadı”. Bunun yanı sıra merkezi hükümetin eksikliklerinin olmasına rağmen memnun olduğunu ifade eden G (18) düşüncelerini şu şekilde açıklamaktadır: “Genel olarak memnunum. Düzeninin devam etmesi adına ortaya koydukları iradeden memnunum. Terörle mücadele, eğitimde eksik kaldığını düşünüyorum, sağlıkta eksik kaldığını düşünüyorum, neticede bir sahipsiz kalınmaması adına devletin hizmet ettiğini düşünüyorum o yüzden memnunum”. Çalışmaya katılan seçmenlerden merkezi hükümetin çalışmalarından memnun olan ve olmayan seçmenlerin yanıtları değerlendirildiğinde; seçmenler sadece belirli bir işin değil halkın tamamını kapsayacak politikaların yürütülmesini ve süreç yönetimini daha iyi idare etmelerini beklemektedir.

Seçmenlere sorulan “ Merkezi hükümetin seçimlerde verdiği söz ve vaatleri yerine getirdiğini düşünüyor musunuz? Sorusundan elde edilen bulgular incelendiğinde ağırlıklı olarak vaatlerin yerine getirilmediği hususu söz konusu olmaktadır. Bu konuda G (18) görüşünü “Verilen söz ve vaatlerin kısmen yerine getirildiğini düşünüyorum, emeklilere verilen prim, asgari ücrete ilişkin vaatler oldu yerine getirildi. Yerine getirilmeyen hatırlamıyorum” şeklinde ifade etmiştir. Yerine getirilmeyen söz ve vaatlerden “kadına şiddet” konusunun üzerinde duran G (39) düşüncelerini şu şekilde ifade etmektedir: “Söz verdiği halde gerçekleştirmediği vaatler, kadına şiddet bir kadın olduğum için ve kız çocuğum olduğu için benim için en önemlisi o ama ne olursa olsun kesinlikle ilgilenmiyor”.

Yerel Seçim Sonrası Dönemde Yerel Yönetimin Çalışmalarına Yönelik Memnuniyet Düzeyine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan seçmenlerin %50’si yerel yönetim hizmetlerinden memnun olmadığını ifade etmektedir. Seçmenlerin %50’si ise bu çalışmalardan memnun olduğunu belirtmektedir. Seçmenlerin %47,5’i 2019 yılında gerçekleştirilen yerel seçim sonrası dönemde yerel yönetimin verdiği söz ve vaatleri yerine getirmediğini; verilen söz ve vaatlerin yerine getirildiğini düşünenlerin oranı ise %40’tır. Seçmenlerin %12,5’i ise bu söz ve vaatleri hatırlamadığını belirtmektedir. Yerel seçim sonrası yerel yönetim

hizmetlerinden memnun olduğunu ifade eden G (7) “*Belli başlı konular haricinde memnunum. Her yer çiçek gibi. Turizm konusunda Mehmet Siyam Kesimoğlu çok büyük ataklar yaptı. Yayla mahallesini güzelleştirdi. Atatürk evini yaptı. Yayla mahallesine bir bayan tek başına gidemezdi. Şimdi herkes gidebiliyor. Sokak hayvanlarına karşı yine bir çaba var en azından. Yollar yenilendi*”, memnuniyetini farklı bir şekilde ifade eden G (10) ise düşüncelerini şu şekilde açıklamaktadır: “*Memnun olduklarımda var olmadıklarımda da var. Diğer başkanlara göre daha vizyonlu daha çalışkan. Kırklareli'nin adını daha fazla duyurmaya çalışan reklamını yapan bir başkan*”. Aksi görüş ifade eden G (11) ise memnuniyetsizliğini şu sözleri ile ifade etmektedir “*Maalesef değilim. Ekonomik sebeplerden, kaynak olmaması, vaatlerin yerine getirilmemesi, samimi ve tutarlı davranılmaması sebebiyle. Kapalı pazar yeri projesi vardı belli ölçüde yerine getirildi tamamlandı. Otogar projesi vardı maalesef yerine getirilemedi. Sosyal faaliyet alanı olarak dere projesi vardı onun daha farklı şekilde insanlara hizmet etmesi için yerine getirilmesi gereken vaatler vardı*”. Yerel yönetimin vaat etmiş olduğu sözlerin yerine getirilmediğini düşünen seçmenler bu görüşlerinin yanı sıra gerçekleştirilen çalışmaları sıralamaktadır. Söz ve vaatlerin yerine getirildiğini düşünen seçmenler ise yerine getirilmeyen bazı söz ve vaatlerin olduğunu fakat bu konu üzerinde başkanın çalışmalarına başlarken bağımsız olmasının kaynak yetersizliğine neden olduğunu belirtmektedir. Gerçekleştirilemeyen söz ve vaatlerin sebebini seçmenler kısaca kaynak yetersizliğine bağlamaktadır.

SONUÇ

Ülkenin refah seviyesi, sosyal yaşamda oluşan gelişmeler, eğitim seviyesinin artması ile bireylerin daha çok bilinçlendiğini ve siyasal partilerden beklentileri arttığını söylemek mümkündür. Yüksek beklentiye sahip olan seçmen, sunulan hizmet kalitesinin maksimum seviyede ve minimum maliyetle olmasını istemektedir. Seçim döneminde siyasi partiler tarafından yapılan vaatler, seçim sonrası faaliyetlerle uyumlu olmalıdır. Çünkü seçmen bu vaatlere yönelik oy verme eğiliminde bulunmakta, bu vaatlere uygun faaliyetler gerçekleşmediği zaman ise memnuniyeti zedelenmektedir. Seçmen memnuniyetinin zedelenmesi uzun vadede siyasi partiye olan güven seviyesini düşürmektedir. Seçmen, gerçekleştirilen veya gerçekleştirilmeyen bütün faaliyetlerin sorumlusu olarak siyasi partiyi göstermektedir. Bu sebeple siyasi partiler seçmen üzerindeki memnuniyeti arttırmak için faaliyetlerini gerçekleştirirken hukuka uygun olmasına, etkin ve verimli olması için de seçmen taleplerine uygun olmasına özen göstermelidir. Siyasi partiler, hizmetlerini gerçekleştirirken seçmenleri ile iletişimde olmalı, sadece seçim zamanı değil

seçim sonrasında da memnuniyet için iletişimi sürdürmelidir. Özetle; seçmenler tarafından tercih edilen siyasi parti veya aday olabilmek için öncelikle seçmenlerin istek ve ihtiyaçları iyi bir Şekilde belirlenmeli, en düşük maliyet ile bu istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek siyasal ürün oluşturulmalı ve bu ürün, doğru zaman ve meknda, doğru iletişim araçlarıyla iletilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, F. (2012). Belediye Hizmetleri Ve Vatandaş Memnuniyeti:Uçak Belediyesi rneği. *Journal Of Yasar University*, 4415 - 4436.
- Bayraktar, S. (2009). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri zerine Etkileri. Isparta.
- Keleş, Ő., & n, S. (2019). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Hizmetlerinden Duyulan Memnuniyet: Ankara Büyükşehir Belediyesi rneği . *Ekonomi İşletme Siyaset Ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 73-87.
- Kestane, S. ., & Devebakan, N. (2015). Belediye İşletmelerinde Müşteri Odaklı Pazarlama Ve Müşteri Memnuniyeti lm: İzdeniz Ař. rneği . *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 89-105.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994) The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Özer, S. Y. (2015, Eylül). Siyasi Partilerde Genç Seçmen Memnuniyetinin Parti Sadakatine Etkisi : Keçiören İlişkisi rneği . *En Seçmen Memnuniyetinin Parti Sadakatine Etkisi : Keçiören İlişkisi rneği* . Keçiören.
- Tan, A. (2002). *Politik Pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

11. BÖLÜM

ÜLKELERİN TURİZM ETKİNLİK DÜZEYLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: VZA YÖNTEMİ UYGULAMASI

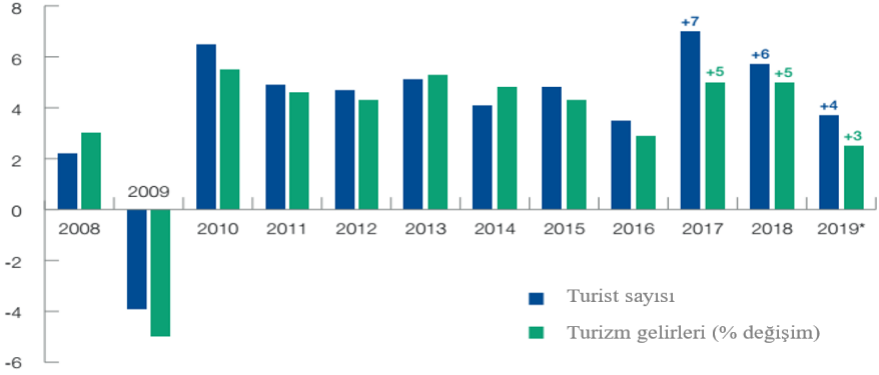
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ORHAN

*Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Yönetim ve
Organizasyon (İşletme Yönetimi),*

mehmetorhan01@gmail.com

GİRİŞ

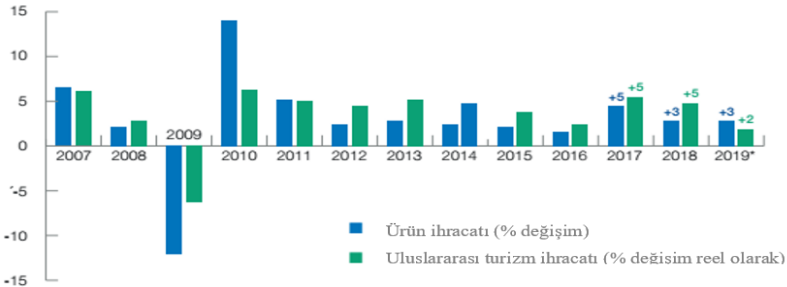
Turizm, yeme içmeden ulaşım, konaklamadan seyahate kadar çok geniş bir yelpazeye sahiptir (Davras ve Baykul, 2021). Turizm sektörü, günümüz dünyasının en hızlı büyüyen sektörlerinden birisidir (Davras ve Baykul, 2021; Radovanov, Dudic, Gregus, Marcikic Horvat ve Karovic, 2020). Turizm sektörünün gelişimi sanayi devrimiyle beraber başlamış ve 1950'lerden itibaren ülke ekonomilerinin gelişiminde önemli, etkili ve pratik alternatif olanaklar sağlamaktadır (Davras ve Baykul, 2021). Dünyadaki ekonomik faaliyetlerin aşağı yukarı %10'luk kısmı Turizm sektörü tarafından gerçekleştirilmekte ve istihdama da önemli katkılar sunmaktadır. Turizmin göstermiş olduğu hızlı gelişim ve ülkelere sunduğu fırsatlar birçok ülkeyi bu endüstriye yöneltmiştir (Davras ve Baykul, 2021). Turizm, az gelişmiş ya da gelişmekte olan bazı ülkelerde ülke ekonomisinin temel yapı taşı oluşturmaktadır. Ayrıca turizm, ülkelerin öz kaynaklarıyla ucuz ve zahmetsiz olarak döviz gelirlerini artırarak cari açığı azaltabilme imkânı sağlayan, geniş etki alanına sahip olan turizm sektörü, sadece turist çeken ülkelere değil turist gönderen ülkelere de birçok önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır (Davras ve Baykul, 2021).



Şekil 1. Uluslararası turist sayıları ve turizm gelirleri (% değişim)

Kaynak: UNWTO tarafından yayımlanan World Tourism Highlights (2020)

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafınca yayımlanmış olan World Tourism Highlights 2020 raporunda yer alan verileri göre, tüm dünyada 2019 yılı turizm hareketliliği kapsamında ziyaretçilerin %4'ü Orta Doğu'ya, %5'i Afrika'ya %15'i Amerika'ya, %25'i Asya Pasifik ülkelerine ve %51'i Avrupa'ya seyahat gerçekleştirmiştir. Uluslararası seyahat eden turistler tarafından tercih edilen ilk on sıradaki ülke sırasıyla Fransa (89 milyon), İspanya (84 milyon), ABD (79 milyon), Çin (66 milyon), İtalya (65 milyon), Türkiye (51 milyon), Meksika (45 milyon), Tayland (40 milyon), Almanya (40 milyon) ve Birleşik Krallık (39 milyon) olarak sıralanmaktadır. Türkiye bu sıralamada 6. sırada yer almaktadır. World Tourism Highlights 2020 raporunda yer alan ifadelerle göre, uluslararası turizmde elde edilen ihracat gelirleri, 2010'dan bu yana neredeyse her yıl ticari ürün/mal ihracatından daha hızlı büyümüştür.



Şekil 2. Uluslararası turizmde elde edilen ihracat gelirleri ile ürün ihracatı ihracat gelirleri kıyaslaması

Kaynak: (UNWTO) tarafından yayımlanan World Tourism Highlights (2020)

Etkinliğin ölçülmesi, yönetimin kontrol fonksiyonunun önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Etkinliğin ölçümü sonucunda elde edilen bulgular karar vermede bir referans olmasının yanında iyileştirme yapılacak alanların tespit edilmesinde de kullanılmaktadır (Göral, 2018). Bu bakımdan ülkelerin uluslararası turizm etkinlikleri analiz edilerek kıyaslamaları ülkelerin yeni bakış açıları oluşturmaları ve yeni uygulamalarla mevcut durumlarını iyileştirme imkanı sunacaktır. Ancak, uluslararası turizm destinasyonları sahip oldukları turizm kaynakları bakımından farklılıklar göstermesi ve farklı turizm kaynaklarının homojen verilere dönüştürülmesinde yaşanan problemlerden (Göral, 2018; Hadad, Hadad, Malul ve Rosenboim, 2012) dolayı turizm sektörünün mikro düzeyde etkinlik ölçümüyle ilgili olarak çok sayıda çalışma olmasına karşın; turizm sektörünün makro düzeyde etkinlik ölçümüyle ilgili olarak daha az sayıda çalışma bulunmaktadır (Chaabouni, 2019; Göral, 2018; Hadad ve diğerleri, 2012; Liu, Zhang ve Fu, 2017). Bu noktadan hareketle bu çalışmanın amacı ülkelerin turizm etkinlik düzeylerinin kıyaslanmasıdır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatür taraması sonucunda VZA tüm sektörlerde birçok uygulamasının olduğu sonucuna varılmıştır. Literatür taraması sonucunda ulaşılan turizm sektörü başta olmak üzere diğer sektörlerdeki ve diğer uygulama alanlarındaki VZA uygulama örneklerine yer verilmiştir.

Barros ve Alves (2004), Portekizli kamuya ait bir otel zinciri olan Enatur'un verimliliğini analiz etmiştir. Toplam faktör verimliliği (TFP) değişimini tahmin etmek için veri zarflama analizini (DEA) uygulamıştır. Elde edilen bulgulara göre 1999-2001 döneminde oteller toplam verimlilik değişimlerine göre sıralanmıştır. Bazı otellerde etkinlik artışı sağlanırken, bazılarının ise düşüş yaşadığı sonucuna varılmıştır. (Carlos P. Barros ve Alves, 2004).

Barros, Peypoch ve Solonandrasana, (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Portekiz otellerinin temsili bir örneğinde otellerin göreceli etkinliği ve üretkenliği analiz edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan yaklaşımın en önemli avantajı hem girdi daralmasının hem de çıktı genişlemesinin dikkate alınmasıdır. Çalışmada gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre otel etkinliğinde hem girdilerin hem de çıktılarının önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır (C. P. Barros, Peypoch ve Solonandrasana, 2009)

Hadad ve diğerleri (2012), Veri zarflama analizini kullanarak yaptıkları çalışmada, 34 gelişmiş ve 71 gelişmekte olan ülke olmak üzere toplam 105 ülkenin turizm sektörünün etkinliğini göreceli olarak analiz etmiştir. Çalışmada,

gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün verimliliği için küreselleşme ve erişilebilirliğin kritik öneme sahip olduğu ve işgücü etkinliğinin toplam turizm endüstrisinin etkinliği için etkili olabileceği tespit edilmiştir (Hadad ve diğerleri, 2012).

Sun, Zhang, Zhang, Ma ve Zhang (2015), 2001'den 2009'a kadar Çin turizm endüstrisinin bazı özelliklerini ve toplam faktör verimliliğini etkileyen faktörleri ölçmek ve test etmek için Malmquist Endeksi ve panel veri modelini kullanmıştır. Çalışmada Çin'in turizm endüstrisinin toplam faktör verimliliği, esas olarak ekonomik ve hizmet endüstrisinin gelişme düzeylerinden etkilendiği vurgulanmıştır (Sun, Zhang, Zhang, Ma ve Zhang, 2015).

Göral ve Uygur (2018) yaptıkları çalışmada uluslararası turizm destinasyonları turizm sektörü etkinliği ve verimliliği bakımından kıyaslamaya yönelik olarak bir metodoloji oluşturup, Veri Zarflama Analizi (VZA) temelli Malmquist Toplam Faktör Verimliliği (TFV) yöntemini kullanarak 2013, 2015, 2017 dönemlerinde 19 ülkenin turizm sektörünün Teknik Etkinlik Değişimi (TED), Teknolojik Etkinlik Değişimi (TKD), Ölçek Etkinliği Değişimi (ÖED), Toplam Faktör Verimliliği Değişimi (TFVD) ve Saf Teknik Etkinlik Değişimi (SED) hesaplamıştır (Göral ve Uygur, 2018)

Göral (2018) tarafından yapılan çalışmada dört girdi (turizm sektörünün altyapısı, turizm sektörü çalışan sayısı, doğal kaynaklar ve kültürel kaynaklar) ve iki çıktı değişkeni (kişi başı ortalama gelir ve turist sayısı) kullanılarak 19 ülkenin (uluslararası turizm destinasyonu) turizm sektörünün etkinlik kıyaslaması yapılmıştır. Analizlerde kullanılan değişkenlerin homojenliğinin sağlanması için uluslararası güvenilir raporlarda yer alan veriler kullanılmıştır. Ülkeler arasında göreceli etkinlik ölçülmesinde ve sıralanmasında Veri Zarflama Analizi ve TOPSIS Temelli Etkinlik Sıralama (ESM-VT) yönteminden faydalanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre göreceli turizm sektörü etkinliği bakımından ilk üç sırada Hong Kong, ABD ve Hindistan yer almasına karşın; son iki sırada Meksika (19) ve Rusya (18) yer almaktadır (Göral, 2018)

Assaf ve Tsionas (2018) yaptıkları çalışmada, turizm endüstrisinde üretkenliğin zengin bir şekilde ayrıştırılmasına olanak sağlayan bir toplam faktör verimliliği endeksi oluşturmaya tahmin etmeye çalışmaktadır. Çalışmada birincisi, birden fazla turizm destinasyonu arasındaki heterojenlik ve ikincisi girdilerdeki potansiyel içsellik olmak üzere iki önemli özellik dikkate alınmaktadır. Ayrıca, endeks ülkeler arası karşılaştırmalara odaklanarak makro düzeyde geliştirilmiştir. Modelin performansı, Bayes yaklaşımı kullanılarak, çeşitli öncelikler arasında test edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular

çerçevesinde turizm destinasyonları turizm etkinliklerine göre sıralanmıştır ve etkinlik artışının ana kaynakları üzerinde durulmuştur. Ayrıca gelecekteki performans iyileştirme stratejileri için kısa vadeli ve uzun vadeli etkinlik ölçümleri arasında ayırım yapmanın önemi vurgulanmıştır (Assaf ve Tsionas, 2018).

Bayrak (2018) tarafından yapılan çalışmada, 2011-2015 yılları arasındaki veriler ile OECD ülkelerinin turizm sektörünün toplam faktör verimliliği ekonomik açıdan analiz edilmiştir.” Bu çalışmada girdi değişkenleri olarak geliş sayısı, turizm harcamaları ve lojistik performans endeksi kullanılmış; Dünya Bankası'ndan (WB) elde edilen verilere göre turizm geliri de çıktı değişkenleri olarak kullanılmıştır. Çıktı odaklı modeller kullanılarak Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Endeksleri analizleri verilere uygulanmıştır. Çalışmada gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre; tüm OECD ülkelerinin, analizin gerçekleştirildiği bu beş yıl için her türlü etkinlikte farklı dalgalı etkinlik değerlerine sahip olduğu görülmüştür. 2011-2015 yılları arasında sürekli etkinlik kaybı yaşayan tek ülke Çekya olurken; bu dönemde Birleşik Krallık, tüm etkinlik türlerinde yükseliş gösteren tek ülke olmuştur. 2011-2015 yılları arasında etkinlik kaybı yaşamayan ülkeler ABD, Japonya, Türkiye ve Yeni Zelanda'dır (Bayrak, 2018)

Yiğit, Yiğit ve Eroymak (2019) tarafından yapılan çalışmada ülkelerin turizmde önemli bileşenlerden birisi olan sağlık turizm sektörünün etkinlikleri veri zarflama analizi (VZA) yöntemiyle belirlenmiş ve Türkiye'nin dünyadaki medikal turizm destinasyon alanları içerisindeki konumunu belirlenmiştir. Ülkelerin medikal turizm etkinlikleri VZA yönteminin CCR modeli baz alınarak analiz edilmiştir. *Çalışmada* dört girdi (hekim sayısı, medikal turizm indeksi ve GSMH'den sağlığa ayrılan pay) ve iki çıktı (uluslararası turist sayısı içerisinde medikal turist oranı ve medikal turist sayısı) kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre seçilmiş ülkelerin medikal turizm etkinliği ortalaması % 69.7 olarak tespit edilmiştir. Türkiye'nin verimlilik skoru ise %28.97 olarak tespit edilmiştir. Dünyada ülkelerin önemli gelir kaynağı olan sektörlerden bir tanesi de turizmdir. Türkiye son yıllarda turizm sektöründe önemli gelişmeler sağlamıştır. Ancak Türkiye uluslararası turist sayısı içerisinde medikal turist oranının düşük olmasından dolayı sağlık turizmi pastasından oldukça düşük pay almaktadır. Türkiye'de medikal turizmin geliştirilmesi katkı sağlayacak sağlık politikaları uygulanarak ülke ekonomisine katkı yapması sağlanması önerilmiştir (Yiğit, Yiğit ve Eroymak, 2019).

Zha vd., veri zarflama analizi ve yapı ayrıştırma analizinin bir kombinasyonuna dayanan bu çalışma, 2005-2015 yılları arasında Çin'in taşra turizm endüstrilerinin eko-verimlilik ve eko-verimliliklerindeki değişiklikleri ölçmek için yeni bir model geliştirmiş ve bu modellerle analizler yapmıştır. Elde edilen bulgulara göre, Çin'in turizm eko-verimliliğinin %19.3 gelişme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Çin'in turizm eko-verimliliği, eko-verimlilik, teknik boşluk ve eko-teknolojideki değişikliklerin birleşik etkileri nedeniyle başlangıçta artarken; sonrasında hafifçe azalmıştır. Ayrıca, eko-üretkenlikteki değişikliklerin, eko-teknik bir değişiklik etkisi sayesinde turizmin büyümesi üzerinde teşvik edici bir etki yaptığı bulgularına ulaşılmıştır (Zha, Yuan, Dai, Tan ve He, 2020).

Eş ve Eren (2021) tarafından yapılan çalışmada zengin bir yiyecek-içecek kültürüne sahip olan Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki mutfak turizmi hedef pazarlarının çok kriterli karar verme yöntemi kullanılarak belirlenmesi için Entropy ve Vikor yöntemlerini kullanmıştır. Araştırmada, Adana, Şanlıurfa, Gaziantep ve Hatay olası hedef pazarlar olarak seçilmiş ve araştırmacılar tarafından, uzmanların da yardımı da alınarak 22 temel kriter oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular, Adana'nın mutfak turizminde öncelikli bir hedef pazar olarak tercih edilebileceğini göstermiştir (Eş ve Eren, 2021).

Gül ve Arslan (2021), verimliliğin zaman içerisinde nasıl değiştiğini görmeye olanak sağlayan Malmquist Toplam Faktör Verimlilik endeksini kullanarak Karadeniz Bölgesinde yer alan illerin turizm verimliliğini araştırmıştır. Bulgulara göre illerin ortalama Malmquist Toplam Faktör Verimliliğinin % 9.6 oranında arttığı ve bu artışta tamamen teknolojik değişim değerlerindeki ilerleme kaynaklı olduğu görülmüştür (Gül ve Arslan, 2021)

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Turizm sektörünün mikro düzeyde etkinlik ölçümüyle ilgili olarak çok sayıda çalışma olmasına karşın; turizm sektörünün makro düzeyde etkinlik ölçümüyle ilgili olarak az sayıda çalışma bulunmaktadır (Chaabouni, 2019; Göral, 2018; Hadad ve diğerleri, 2012; Liu ve diğerleri, 2017). Bu çalışmanın amacı Türkiye ve Avrupa birliği üyesi ülkelerin turizm etkinlik düzeylerinin ekonomik bakış açısıyla analiz ederek ülkelerin etkinlik düzeylerini belirlemek, görece kıyaslamalarını yapmak ve etkin olmayan ülkelerin referans alabilecekleri ülkeleri belirlemektir. Araştırmada kullanılacak kriterler yapılan literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Etkinlik analizleri veri zarflama analizi (VZA) yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada girdi değişkenleri olarak

doğal kaynaklar, turizm sektöru altyapısı, kültürel kaynaklar, çıktı değişkenleri olarak da turist sayısı ve uluslararası turizmden elde edilen gelir (milyon dolar) belirlenmiştir.

Bu çalışmada birçok ülkenin güncel verilerine ulaşamadığından 2019 yılına ait veriler kullanılmıştır. Bazı ülkelere ait hem güncel verilerine hem de bu ülkelerin 2019 yılına ait verilerine ulaşamadığından bu ülkeler analizlerden çıkarılmıştır. Çalışmaya dahil edilen ülkeler (2019 yılına ait tüm verilerine ulaşılan) tablo 1’de sunulmuştur. Ülkelerin değişkenlere ilişkin verilerine Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafınca yayımlanan World Tourism Highlights 2020 raporundan (World Tourism Organization (UNWTO), 2021) ve Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu 2019 (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019) (Dünya Ekonomik Forumu, 2019)’dan ulaşılmıştır. Ülkelerin değişkenlere ilişkin verileri Tablo1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Ülkelerin Değişkenlere İlişkin Verileri

Ülkeler	Doğal kaynaklar	Kültürel kaynaklar	Altyapı	Uluslararası turist sayısı(1000)	Uluslararası turizm gelirleri (Milyon dolar)
Avusturya	4.1	3.2	6.7	31884	22942
Belçika	2.5	3.7	5.2	9343	8870
Bulgaristan	3.7	2.1	6	9312	4287
Hırvatistan	4.4	2.8	6.5	17353	11753
Kıbrıs	2.5	1.7	5.7	3977	3254
Danimarka	3.3	2.3	4.8	13285	8848
Estonya	2.4	1.6	5.4	3345	1745
Finlandiya	2.9	2	4.7	3290	3726
Almanya	4.1	6.5	5.9	39563	41638
Yunanistan	3.5	3.3	5.8	31348	20351
Macaristan	2.7	2.3	4.8	16937	7305
İrlanda	2.6	2.9	5.8	10951	6425
İtalya	4.9	6.5	6	64513	49596
Letonya	2.4	1.4	4.5	1935	1017
Litvanya	2.3	1.4	4.4	2875	1493
Malta	2.8	1.5	5.5	2753	1901
Hollanda	2.7	3.4	4.8	20128	18487
Norveç	3.2	2.2	5.1	5879	4968
Polonya	3.2	3	4.5	21155	13705
Portekiz	4	4.1	6.7	24600	20633
Romanya	3.2	2.3	4.6	2684	3576
Slovenya	4.1	1.7	5.4	4702	3081
İspanya	4.8	6.7	6.6	83509	79708
Türkiye	2.8	3.8	5	51192	29829

Kaynak: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 ve World Tourism Highlights 2020

2.1. VZA Yöntemi

VZA, üretim sınırını etkin bir şekilde tanımlayan, verimlilik ve kapasite kullanımını tahmin etmek için kullanılan parametrik olmayan bir doğrusal programlama yöntemidir (Charnes vd., 1978). Bir VZA uygulamasındaki gözlem birimleri, karar verme birimi (KVB) olarak adlandırılır (Altamirano-Corro ve Peniche-Vera, 2014; Apan, Alp ve Öztel, 2019; Davras ve Baykul, 2021; Doğan ve Ersoy, 2017; Karadayi ve Ekinci, 2019; Liu ve diğerleri, 2017; Özkan ve Özcan, 2018; Pehlivanlı, 2020; Radovanov ve diğerleri, 2020; Yılmaz, 2020).

Sabit getiri varsayımına göre modelin (CCR-O) hedefi girdilerin sabit tutularak çıktının ne kadar arttırılabileceğidir. Ölçeğe göre sabit getiri varsayımı atında girdi/çıktı oranı minimize edilmek suretiyle etkinlik hesaplanmaktadır. m adet girdisi ve s adet çıktısı olan n adet karar verme birimi için maksimize edilecek çıktıya yönelik CCR kesirli programlama modelinin matematiksel ifadesi aşağıdadır (Davras ve Baykul, 2021). Değişken getiri varsayımına göre model (BCC-O) mevcut girdilerle üretilebilecek maksimum çıktı miktarını belirlemektedir. CCR modelleri ile KVB'lerin, teknik etkinlik skorları elde edilirken, BCC modelleriyle saf teknik etkinlik değerleri elde edilmektedir (Ağaç ve Baki, 2016; Davras ve Baykul, 2021).

Tablo 2. Çıktı Odaklı CCR ve BCC Modelinin Formülasyonu (Çakmak ve Örkücü, 2016; Songur, Kar, Teleş ve Turaç, 2017; Yeşilyurt ve Alan, 2003)

CCR-O Çıktıya Yönelik Kesirli CCR Modeli	BCC-O Çıktıya Yönelik Kesirli BCC Modeli
$E_o = \min \frac{\sum_{i=1}^m v_i \cdot x_{io}}{\sum_{r=1}^s u_r \cdot y_{ro}}$	$E_o = \min \frac{\sum_{i=1}^m v_i \cdot x_{io} - v_o}{\sum_{r=1}^s u_r \cdot y_{ro}}$
Kısıtlar, $\frac{\sum_{i=1}^m v_i \cdot x_{ij}}{\sum_{r=1}^s u_r \cdot y_{rj}} \geq 1 \quad j = 1, \dots, n$ $u_{rk} \geq \varepsilon \quad r = 1, \dots, s$ $v_{ik} \geq \varepsilon \quad i = 1, \dots, m$	Kısıtlar, $\frac{\sum_{i=1}^m v_i \cdot x_{ij} - v_o}{\sum_{r=1}^s u_r \cdot y_{rj}} \geq 1 \quad j = 1, \dots, n$ $u_{rk} \geq \varepsilon \quad r = 1, \dots, s$ $v_{ik} \geq \varepsilon \quad i = 1, \dots, m$

Kaynak:(Yeşilyurt ve Alan, 2003)

3. BULGULAR

Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ülkelerin uluslararası turizm etkinlik düzeylerinin ekonomik olarak analiz edilerek ülkelerin etkinlik düzeylerini belirlemek, görece kıyaslamalarını yapmak ve etkin olmayan ülkelerin referans alabilecekleri ülkeleri belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde sunulmuştur. Etkinlik analizi bulguları Tablo 3'te

verilmiştir. Ülkelerin etkinlik skoru sıralaması Türkiye, İspanya, İtalya, Avusturya, Yunanistan, Almanya, Macaristan, Polonya, Hollanda, Portekiz, Hırvatistan, Danimarka, Bulgaristan, İrlanda, Belçika, Norveç, Slovenya, Kıbrıs, Finlandiya, Estonya, Litvanya, Malta, Romanya ve Letonya şeklindedir. Tablo 3 incelendiğinde analize dahil edilen 24 ülkeden 2 tanesi etkin; diğer ülkeler etkin değildir. Türkiye ve İspanya “1” etkinlik skoruyla uluslararası turizm bakımından etkin ülkelerdir. Bu ülkeler etkin olduğu için referanslar sütununda kendi isimleri yazılmıştır. İspanya referans olma sütununda ise 17 etkin olmayan ülke için referans olurken Türkiye 18 etkin olmayan ülke için referans olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. İtalya (0,850), Avusturya (0,762) ve Yunanistan (0,715) etkin olmaya en yakın ülkelerdir. İrlanda (0,281), Belçika (0,215), Norveç (0,210), Slovenya (0,209), Kıbrıs (0,183), Finlandiya (0,157), Estonya (0,155), Litvanya (0,152), Malta (0,139), Romanya (0,131) ve Letonya (0,103) etkinlik değerleri en düşük olan ülkelerdir. Seçilmiş ülkelerin ortalama etkinlik değeri 0,421 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. VZA Analiz Sonuçları

No	Ülkeler	Etkinlik Skoru	Referans Kümesi	Etkinlik Sıralaması	Referans Olunan Ülke Sayısı
1	Avusturya	0,761620389	İspanya(0.184529); Türkiye(0.516752)	4	0
2	Belçika	0,214666962	İspanya(0.514017); Türkiye(0.011685)	15	0
3	Bulgaristan	0,329158574	Türkiye(0.552632)	13	0
4	Hırvatistan	0,469504858	İspanya(0.112614); Türkiye(0.538287)	11	0
5	Kıbrıs	0,182547617	İspanya(0.165258); Türkiye(0.155992)	18	0
6	Danimarka	0,43652874	İspanya(0.081675); Türkiye(0.461257)	12	0
7	Estonya	0,155187822	Türkiye(0.421053)	20	0
8	Finlandiya	0,156597832	İspanya(0.298507)	19	0
9	Almanya	0,611568812	İspanya(0.854167)	6	0
10	Yunanistan	0,715339829	İspanya(0.093871); Türkiye(0.702912)	5	0
11	Macaristan	0,546625831	Türkiye(0.605263)	7	0
12	İrlanda	0,280553893	İspanya(0.005049); Türkiye(0.754257)	14	0
13	İtalya	0,849780263	İspanya(0.909091)	3	0
14	Letonya	0,102596946	Türkiye(0.368421)	24	0
15	Litvanya	0,152437323	Türkiye(0.368421)	21	0
16	Malta	0,139431492	İspanya(0.068573); Türkiye(0.273832)	22	0
17	Hollanda	0,471525994	İspanya(0.461654); Türkiye(0.080768)	9	0
18	Norveç	0,209678674	İspanya(0.236918); Türkiye(0.161224)	16	0
19	Polonya	0,530862191	İspanya(0.083618); Türkiye(0.642042)	8	0
20	Portekiz	0,470177048	İspanya(0.431483); Türkiye(0.318175)	10	0
21	Romanya	0,130690062	İspanya(0.343284)	23	0
22	Slovenya	0,208551647	İspanya(0.052693); Türkiye(0.354462)	17	0
23	İspanya	1	İspanya	2	17
24	Türkiye	1	Türkiye	1	18
Ortalama Etkinlik Skoru		0,421901367			

4. SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye ve Avrupa Birliği üyesi ülkelerin turizm etkinlik düzeylerinin ekonomik olarak analiz ederek ülkelerin etkinlik düzeylerini belirlemek, göreceli kıyaslamalarını yapmak ve etkin olmayan ülkelerin referans alabilecekleri ülkelerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Gerçekleştirilen çalışmada etkinlik analizleri veri zarflama analizi (VZA) yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmada girdi değişkenleri olarak doğal kaynaklar, turizm sektörü altyapısı, kültürel kaynaklar, çıktı değişkenleri olarak da turist sayısı ve uluslararası turizmden elde edilen gelir (milyon dolar) belirlenmiştir.

VZA yöntemiyle yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara göre ülkelerin etkinlik skoru sıralaması Türkiye, İspanya, İtalya, Avusturya, Yunanistan, Almanya, Macaristan, Polonya, Hollanda, Portekiz, Hırvatistan, Danimarka, Bulgaristan, İrlanda, Belçika, Norveç, Slovenya, Kıbrıs, Finlandiya, Estonya, Litvanya, Malta, Romanya ve Letonya şeklindedir. Tablo 3 incelendiğinde analize dahil edilen 24 ülkeden 2 tanesi etkin; diğer ülkeler etkin değildir. Türkiye ve İspanya “1” etkinlik skoruyla uluslararası turizm bakımından etkin ülkelerdir. Bu ülkeler etkin olduğu için referanslar sütununda kendi isimleri yazılmıştır. İspanya referans olma sütununda ise 17 etkin olmayan ülke için referans olurken Türkiye 18 etkin olmayan ülke için referans olduğu bilgisine ulaşılmıştır. İtalya (0,850), Avusturya (0,762) ve Yunanistan (0,715) etkin olmaya en yakın ülkelerdir. İrlanda (0,281), Belçika (0,215), Norveç (0,210), Slovenya (0,209), Kıbrıs (0,183), Finlandiya (0,157), Estonya (0,155), Litvanya (0,152), Malta (0,139), Romanya (0,131) ve Letonya (0,103) etkinlik değerleri en düşük olan ülkelerdir. Seçilmiş ülkelerin ortalama etkinlik değeri 0,421 olarak bulunmuştur.

Gelecek çalışmalarda farklı girdi değişkenleri ve farklı çıktı değişkenlerinin kullanılması durumunda farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışmada bazı ülkelerin güncel verilerine ulaşılamadığından 2019 yılına ait veriler kullanılmış, bazı ülkelerin de hem güncel verilerine ulaşılamadığından hem de 2019 yılına ait verilerine ulaşılamadığından analizlere dahil edilmemiştir. Gelecek çalışmalarda daha güncel verilerin kullanılması ve başka ülkelerin de analizlere dahil edilmesi farklı sonuçların elde edilmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ağaç, G. ve Baki, B. (2016). Sağlık Alanında Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri Kullanımı: Literatür İncelemesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19(3), 343-363.
- Altamirano-Corro, A. ve Peniche-Vera, R. (2014). Measuring the Institutional Efficiency Using DEA and AHP: The Case of a Mexican University. *Journal of Applied Research and Technology*, 12, 63-71. doi:10.1016/S1665-6423(14)71606-2
- Apan, M., Alp, İ. ve Öztel, A. (2019). Determination of the Efficiencies of Textile Firms Listed in Borsa İstanbul by Using DEA-Window Analysis. *Sosyoekonomi*, 27(42), 107-128. doi:10.17233/sosyoekonomi.2019.04.06
- Assaf, A. G. ve Tsionas, M. (2018). The estimation and decomposition of tourism productivity. *Tourism Management*, 65, 131-142. doi:10.1016/j.tourman.2017.09.004
- Barros, C. P., Peypoch, N. ve Solonandrasana, B. (2009). Efficiency and productivity growth in hotel industry. *International Journal of Tourism Research*, 11(4), 389-402. doi:10.1002/jtr.711
- Barros, Carlos P. ve Alves, F. P. (2004). Productivity in the tourism industry. *International Advances in Economic Research*, 10(3), 215-225. doi:10.1007/BF02296216
- Bayrak, R. (2018). Total Factor Productivity of Tourism Sector of OECD Countries. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 157-177. doi:10.18074/ckuiibfd.364743
- Chaabouni, S. (2019). China's regional tourism efficiency: A two-stage double bootstrap data envelopment analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 183-191. doi:10.1016/j.jdmm.2017.09.002
- Çakmak, E. ve Örkücü, H. H. (2016). Türkiye'deki İllerin Etkinliklerinin Sosyo-Ekonomik Temel Göstergelerle Veri Zarflama Analizi Kullanarak İncelenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 30-48.
- Davras, G. M. ve Baykul, A. (2021). Akdeniz Ülkelerinde Turizm Sektörünün Ekonomik Etkinliğinin Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 791-804.
- Doğan, N. Ö. ve Ersoy, Y. (2017). TARIM SATIŞ KOOPERATİFLERİ BİRLİKLERİNDE VZA İLE ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ: MARMARABİRLİK ÖRNEĞİ. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 52(4), 627-641.
- Dünya Ekonomik Forumu. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Dünya Ekonomik Forumu. <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/> adresinden erişildi.
- Eş, A. ve Eren, D. (2021). Mutfak Turizmi Hedef Pazarlarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Belirlenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 1204-1224. doi:10.17755/esosder.812816
- Göral, R. (2018). ESM-VT Yöntemi ile Uluslararası Destinasyonların Turizm Sektörü Etkinliğinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 436-455. doi:10.21325/jotags.2018.222
- Göral, R. ve Uygur, A. (2018). Malmquist-TFV endeksi ile uluslararası turizm destinasyonlarının verimliliklerinin karşılaştırılması. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 70-86. doi:10.24288/jtr.389316

- Gül, M. ve Arslan, T. (2021). Malmquist yöntemi: Karadeniz bölgesinin turizm verimliliği üzerine bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 11(4), 1082-1092. doi:10.17714/gumusfenbil.892573
- Hadad, S., Hadad, Y., Malul, M. ve Rosenboim, M. (2012). The Economic Efficiency of the Tourism Industry: A Global Comparison. *Tourism Economics*, 18(5), 931-940. doi:10.5367/te.2012.0165
- Karadayı, M. A. ve Ekinci, Y. (2019). Evaluating R&D performance of EU countries using categorical DEA. *Technology Analysis & Strategic Management*, 31(2), 227-238. doi:10.1080/09537325.2018.1493191
- Liu, J., Zhang, J. ve Fu, Z. (2017). Tourism eco-efficiency of Chinese coastal cities – Analysis based on the DEA-Tobit model. *Ocean & Coastal Management*, 148, 164-170. doi:10.1016/j.ocecoaman.2017.08.003
- Özkan, M. ve Özcan, A. (2018). VERİ ZARFLAMA ANALİZİ (VZA) İLE SEÇİLMİŞ ÇEVRESEL GÖSTERGELER ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME: OECD PERFORMANS İNCELEMESİ. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 485-508.
- Pehlivanlı, E. A. (2020). Covid-19'un Havalimanları Performansları Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi: Türkiye Havalimanları Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 905-922.
- Radovanov, B., Dudic, B., Gregus, M., Marcikic Horvat, A. ve Karovic, V. (2020). Using a Two-Stage DEA Model to Measure Tourism Potentials of EU Countries and Western Balkan Countries: An Approach to Sustainable Development. *Sustainability*, 12(12), 4903. doi:10.3390/su12124903
- Songur, C., Kar, A., Teleş, M. ve Turaç, İ. S. (2017). OECD Üye Ülkelerinin Sağlık Göstergeleri Açısından Etkinliklerinin Değerlendirilmesi ve Çoklu Uyum Analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1-12. doi:10.25272/j.2147-7035.2017.5.3.04
- Sun, J., Zhang, J., Zhang, J., Ma, J. ve Zhang, Y. (2015). Total Factor Productivity Assessment of Tourism Industry: Evidence from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(3), 280-294. doi:10.1080/10941665.2013.877047
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *International Tourism Highlights, 2020 Edition | World Tourism Organization* (s. 23). <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284422456> adresinden erişildi.
- Yeşilyurt, C. ve Alan, M. A. (2003). Fen Liselerinin 2002 Yılı Göreceli Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi (VZA) Yöntemi ile Ölçülmesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 91-104.
- Yiğit, A., Yiğit, V. ve Eroymak, S. (2019). Veri Zarflama Analizi ile Ülkelerin Medikal Turizm Etkinliğinin Ölçülmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. doi:10.26466/opus.572046
- Yılmaz, B. Y.-C. Y. K.-T. (2020). İmalat Sektöründeki İşletmelerin Finansal Performanslarının Ölçülmesi: Bir Veri Zarflama Analizi (VZA) Uygulaması. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics, Volume 15 Issue 1* (Volume 15 Issue 1), 613-628. doi:10.29228/TurkishStudies.39429
- Zha, J., Yuan, W., Dai, J., Tan, T. ve He, L. (2020). Eco-efficiency, eco-productivity and tourism growth in China: A non-convex metafrontier DEA-based decomposition model. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 663-685. doi:10.1080/09669582.2019.1699102

12. BÖLÜM

ERGENLERİN GİYİMDE MARKA DUYARLILIĞININ BELİRLEYİCİLERİ*

Dr. Öğr. Üyesi Ebru SÖNMEZ KARAPINAR

Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi

İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü

ebrusonmez@kayseri.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5266-6451

Prof. Dr. Yunus DURSUN

Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

ydursun@erciyes.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1553-9047

GİRİŞ

Tüketici satın alma-karar modelleri, tüketicilerin ihtiyaç ve istekleriyle (tüketici değerleri) başlar. Çok düzeyli ihtiyaç ve istekler, pazarlamacılar tarafından sunulan markalı ürünlerin (marka değerleri) faydaları ile eşleşiyorsa, tüketicilerin bu tür markalara karşı duyarlılığı yüksek olur ve marka tercihleri geliştirirler. Böylece marka duyarlılığı tüketicilerin satın alma kararlarını etkiler (Cheng, 2018, s. 33). Marka duyarlılığı tüketici duygularıyla ilişkilidir ve

* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Prof. Dr. Yunus DURSUN danışmanlığında yürütülen “Giyimde Marka Bağlılığı ve Marka Duyarlılığı: Gençler Üzerine Bir Araştırma” adlı doktora tezinden türetilmiştir.

tüketiciler satın alma kararlarını fiyat, kalite ve marka gibi çeşitli kriterlere göre verirler. Aynı satın alma kriterlerine sahip olsalar bile, satın alma davranışları tüketiciler arasında farklılık gösterir. Çünkü bir ürüne ilişkin farkındalıkları marka duyarlılığına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Nelson ve McLeod, 2005; Lachance vd., 2003). Öyle ki bazı kişiler bir markaya diğerlerinden daha duyarlı tepki verirler. Bu marka duyarlılığı düzeyi, ne kadar yüksekse markanın birey için önemi o kadar fazladır (Ersun ve Yıldırım, 2010).

Marka duyarlılığı, tüketici davranışı alanında önemli bir araştırma konusudur. Tüketicinin bir markaya karşı ilk duygusu olan marka duyarlılığının tüketici davranışı üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların artmasıyla birlikte, marka duyarlılığı tüketici davranışını tetikleyen önemli bir faktör haline gelmiştir. Marka duyarlılığı tüketicilerin nihai davranışlarıyla yakından ilgili olduğu için önemlidir. Yoğun rekabette ayakta kalabilmek için, hazır giyim markalarının kendilerini uluslararası rakiplerinden farklılaştıran benzersiz konseptler veya teknikler kullanmaları gerekmektedir. Pazarlamacılar, birçok tüketiciye büyük ölçüde hitap eden prestijli marka imajları geliştirmeyi başarmışlardır. Ayrıca, uzun süredir ergen tüketicilerin ortaya çıkışını ve onların tüketim davranışlarını incelemişlerdir. Hatta birçok araştırmacı, ergen tüketimindeki patlayan büyümeyi yakalamak anlamına gelen “küresel gençler” fikrine girişmiştir (Arnett, 2002; Duncan 2007; Moses, 2000; Kamaruddin ve Mokhlis, 2003). Ergenler mevcut moda ve trendlerden, akranlarından ve çeşitli tüketim özelliklerinden kolayca etkilenirler (Beaudoin vd., 2006; Park 2007). Diğer taraftan, yaşam standardı önemli ölçüde iyileştiğinden ve değişen yaşam tarzlarıyla daha da teşvik edildiğinden, bugün ergenlere kendi alışveriş ve tüketim kararlarını vermeleri için ebeveynlerinden daha fazla özgürlük verilmektedir. Alışverişin ergenlerin en sık katıldığı boş zaman aktivitelerinden biri haline geldiği düşünüldüğünde pazarlarda satın alma gücü, hızla artmıştır (Kamaruddin, 2003, s. 145).

Daha spesifik olarak, giyim markalarının ergenlerin arzu ettiği görünümü yaratmada önemli bir rol oynadığı görülmektedir. İnsanların benzersiz görüşlerini ifade ettikleri bir araç olan giyim, bireylerin ilgi alanları, algıları ve tüketimdeki davranışları arasındaki ilişkiyi gösteren önemli bir ürün kategorisidir (Lee vd., 2008, s. 295). Tüm sosyal gruplar içinde gençler, genel olarak moda ve fiziksel görünüme en çok önem veren gruplardan biridir. Gerçekten de gençler için giyim, kendilerini sahneyeymiş gibi hissettikleri ve hareket ettikleri, davranışları ve fiziksel görünümleri hayali bir izleyici tarafından izlendiği için, özellikle önemli bir rol oynamaktadır (Lachance vd., 2003, s. 49). Ayrıca, kendi gruplarına kabul edilmelerinin, giyim ve davranış

boyutlarına ilişkin akran eğilimleri ve normlarından önemli ölçüde etkilendiği belirtilmektedir. Ergenlik öncesi ve ergenlik döneminde giysiler, sembolik işlevleri nedeniyle güçlü sosyal etkileşim araçlarıdır. Kabul edilen kıyafet kurallarına uyan gençlerin, akranları tarafından bireyselliklerini ifade edenlerden daha fazla kabul görme olasılığı daha yüksektir (Ata, 2012, ss. 29-30).

Kişilik ile de ilgili olarak değişken bir sembol olan giyim, insanların kişisel duygu ve düşüncelerini yansıtmalarının yanı sıra bireylerin kendilerini ifade edebilmeleri, rahat hissedebilmeleri, estetik görünüş ve saygınlık kazanması bağlamında önem taşımaktadır. Giyim, bireylerin giyim felsefesi, estetik zevki ve beğenisi, ekonomik durumları ve ait oldukları ya da olmak istedikleri grup hakkında fikir vermektedir (Akça vd., 2011, s. 176). Bireyler İçinde bulunulan dönemin giyim tarzından ya da ait olduğu toplumun değer yargılarından etkilenmektedir (Üral ve Mutlu, 2012, s. 104). Giyim, ergenler tarafından kimlik ifadesi ve sosyal kabul görme aracı olarak kullanılmaktadır. Ergenler, dönem itibariyle kişisel imaj ve kimlik arayışında olduğundan, kendilerini daha iyi ifade edebilmek için dış görünüşlerine gereğinden fazla önem vermektedir. Ergenler giyimlerini, kendilerini yaşlılarına benzetmek, “artık büyüdüğünü” başkalarına göstermek, heyecanını ve toplumla uyumayı ya da başkaldırıcıyı ifade etmektedir (Akça vd., 2011, s. 176). Ergenlik, çocukluktan yetişkinliğe geçiş döneminde yeni davranış ve rollerin denendiği, bireyde sosyal, biyolojik ve psikolojik çeşitli değişimlerin baş gösterdiği bir dönemdir (Baran, 2013, s. 11). Ek olarak, bu aşamadaki ergenler markalaşma hakkında kavramlar geliştirirler ve güçlü marka tercihlerini ve ürün bilgilerini ifade edebilirler (John, 1999, s. 193). Gençler reklamlara, ürünlere ve markalara yönelik tutumlar dâhil olmak üzere tüketiciyle ilgili davranışlar hakkında akranlarıyla iletişim kurmaya başlar. Bu markalar ve ürünler aynı zamanda ergenlerin farklı sosyal gruplarda kendilerini tanımlamalarına yardımcı olur (Shim, 1996, s. 550).

Özetle ergenler giyim tarzlarıyla içinde bulunduğu çevre ile özdeşleşmektedir. Giyim, insanların iletişim kurma ve kimliklerini oluşturma ve kimliklerini başkaları tarafından şekillendirme yollarından biridir. Ancak ergenlerin giyim markalarıyla ilgisi bilimsel araştırmacılar yeteri kadar ilgi görmemiş ve akademik literatür oldukça sınırlıdır. İşletmeler açısından bakıldığında, gençlik döneminde, kendi markalarına karşı edinilmiş, tutum ve satın alma davranışlarının devamlılığının sağlanması büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan, gençlerin markalara karşı tutum ve davranışlarının nasıl oluştuğu ve bu tutum ve davranışların, yetişkinlik döneminde de devam edip etmeyeceği veya ne derecede etkili olduğunun bilinmesi gereklidir. İşletmelerin, gençlerin, kendi markalarına duyarlı ve bağlı olmalarını sağlamaları ve bunun yetişkinlik

dönemine de yansıtması önemlidir. Gençlik döneminde kazanılan marka deneyimleri, ileriki dönemlerde, işletmelerin markalarına karşı olumlu veya olumsuz bir tutum ve satın alma davranışı olarak yansiyabilir.

Güncel marka duyarlılığının teorik araştırmasına dayanan bu çalışma, gençlerde giyim ürünleri tercihlerini örnek alarak marka duyarlılığı kavramını tanımlamaktadır. Marka duyarlılığı kavramsal olarak incelendikten sonra, genç tüketicilerin özelliklerini içeren literatür analizi yoluyla marka duyarlılığını etkileyen faktörleri bulmakta ve bu temelde giyimde gençlerin marka duyarlılığını etkileyen faktörlerin teorik çerçevesini sunmaktadır. Tüm bunların öncesinde bir tüketici olarak ergenlerin satın alma ve karar verme stillerinin bilinmesi önemlidir.

1. ERGENLİKTE TÜKETİCİ SATIN ALMA VE KARAR VERME STİLLERİ

Sproles ve Kendall (1986), kişisel ürünler (giysi, saç kurutma makinesi, kozmetik, vb.) arayan ergen tüketicilerin (lise öğrencileri) karar verme stilleri üzerine bir tüketici envanteri geliştirmişlerdir. Bu envanterde sekiz tüketici karar verme tarzı belirtilmiştir: (1) Mükemmeliyetçilik/Yüksek Kalite Bilinci: bir tüketicinin bir üründe en iyi kaliteyi arama derecesi ile tanımlanan bir yönelimdir. Daha dikkatli, daha sistematik veya karşılaştırma yoluyla alışveriş yapmaları da beklenebilir. "Yeterince iyi" üründen memnun değillerdir. (2) Marka Bilinci: "Fiyat eşittir kalite" algısı vardır. Bir tüketicinin, daha yüksek bir fiyatın daha iyi kalite elde etmek anlamına geldiğine inanarak, tanınmış markaları satın almaya yönelme derecesi ile ilgili bir yönelimdir. Marka isimlerinin ve daha yüksek fiyatların yaygın olduğu departmanlı ve özel mağazalara karşı olumlu tutumları olduğu görülmektedir. Ayrıca en çok satan, reklamı yapılan markaları tercih etmektedirler. (3) Yenilik/Moda Bilinci: Bir tüketicinin yenilikçi ürünleri sevmeye ve yeni ve moda uygun şeyler aramaktan heyecan duyma derecesi ile karakterize edilen bir yönelimi ifade etmektedir. Yeni şeyler aramaktan heyecan ve zevk almaları muhtemeldir. Stilleri güncel tutarlar ve stil sahibi olmak onlar için önemlidir. Çeşit arayışı da bu özelliğin önemli bir yönü olarak görünmektedir. (4) Rekreatif/Hedonistik Alışveriş Bilinci: bir tüketicinin alışveriş yapmaktan ne derece keyif aldığıyla ilgili yönelimdir. Sırf eğlence olsun diye alışveriş yapmaktadırlar. (5) Fiyat/Para-Değer Bilinci: Bir tüketicinin fiyatlardan haberdar olma ve para için en iyi değeri elde etme ile ilgilenme derecesi ile tanımlanan bir yönelimdir. Paralarının karşılığını en iyi şekilde almakla da ilgilenirler. Muhtemelen karşılaştırmalı alışveriş yapanlardır. (6) Dürtüsellik/Dikkatsizlik: Bir tüketicinin o anda satın

alma eğiliminde olma ve ne kadar harcadığıyla ilgilenmeme derecesi ile karakterize edilen bir yönelimdir. Plansız alışveriş yaparlar. Ayrıca, ne kadar harcadıkları veya "en iyi satın almalar" konusunda da kaygısız görünürler. (7) Aşırı Seçimle Karışıklık: Bir tüketicinin, aralarından seçim yapabileceği çok fazla marka ve mağaza algılama derecesi ile tanımlanan ve bu nedenle, piyasada aşırı bilgi yüklemesi yaşama olasılığı olan bir yönelimdir. Seçim yapabilecekleri birçok marka ve mağazayı algılar ve seçim yapmakta zorlanırlar. (8) Alışkanlık/Marka Sadakati Bilinci: Bir tüketicinin aynı markaları ve mağazaları tekrar tekrar seçme derecesi ile karakterize edilen bir yönelimdir. Favori markalara ve mağazalara sahiptirler ve bunları tercih etme alışkanlıkları bulunmaktadır (Sproles ve Kendall, 1986, ss. 271-273). Sproles ve Kendall (1986) tüketicilerin sekiz tüketici karar verme stiline birkaç veya daha fazla baskın özelliğinin modellerini sergileyebileceğini belirtmiştir. Shim ve Koh (1997) yapılan bu çalışmayı esas alarak; benzer şekilde, tüketicilerin herhangi bir baskın özellik göstermeyebileceğini veya belirli özelliklerden yoksun olabileceğini vurgulamıştır. Bu nedenle, tüketicilerin farklı tüketici karar verme tarzları sergileyen birkaç gruba ayrılabilceğini belirtmişlerdir. Sproles ve Kendall (1986) tarafından yapılan çalışmada ergen tüketiciler (lise öğrencileri), "Değeri En Üst Düzeye Çıkaran Eğlence Amaçlı Alışverişçiler", "Markayı En Üst Düzeye Çıkaran Faydacı Olmayan Alışverişçiler" ve "Kayıtsız Alışverişçiler" olmak üzere üç farklı tüketici karar verme stil grubuna ayrılmıştır (ss. 56-57):

Değeri En Üst Düzeye Çıkaran Eğlence Amaçlı Alışverişçiler:

Bu gruptaki ergenler, Mükemmeliyetçilik/Yüksek Kalite Bilinci, Yenilik-Moda Bilinci, Fiyat/Performans Bilinci ve Eğlence/Hedonist Alışveriş Bilinci tüketici karar verme tarzlarının baskın özelliklerine sahiptirler. Bu gruptaki ergen tüketicilerin genellikle sistematik, dikkatli veya karşılaştırmalı alışveriş yaparak yüksek kalite aradıkları anlamına gelmektedir. Ayrıca ürünlerde yenilik ve moda ararlar ve yeni şeyler aramaktan heyecan ve zevk alırlar. Hem yüksek kalite hem de moda arayışında olan bu tüketici grubu, ödedikleri paranın değeri ile ilgilenmektedirler. Bu tüketim eğilimi, gençlerinin, değer fiyatlandırması ve moda ile ilgili olduğu fikrini desteklemektedir. Ayrıca, bu tüketici grubu için eğlence ve hoşça vakit geçirme alışverişin önemli bir yönüdür. Bu tüketici grubu hem işlevsel hem de sosyal amaçlar için alışveriş paralarını maksimize ediyor gibi görünmektedir. Faydacı veya rasyonel alışverişçi özelliklerine sahip tüketicilerdir.

Markayı En Üst Düzeye Çıkaran Faydacı Olmayan Alışverişçiler:

Bu gruptaki ergenler, Marka Bilinci/Fiyat Eşittir-Kalite, Dürtüsellik/Dikkatsizlik, Alışkanlık/Marka Sadakati Bilinci ve Aşırı Seçimle Karışıklık tüketici karar verme stillerinden baskın özelliklerine sahiptir. Bu grup Fiyat/Para Değer Bilincinde en düşük yönelime sahip gruptur. Ergen tüketicilerin pahalı, tanınmış ulusal markaları satın alma ve fiyatla ilgilenmeme olasılığının daha yüksek olduğu anlamına gelir. Eğlence amaçlı alışverişçilerden farklı olarak, bu tüketiciler için daha yüksek bir fiyat sadece daha iyi kalite anlamına gelir. Alışverişlerini planlama ve en iyiyi satın alma konusunda endişe duyma olasılıkları daha düşüktür. Mevcut birçok farklı marka ve ürün arasından seçim yapma konusunda kafalarının karışma olasılığı yüksektir. Bu gruptaki tüketicilerin diğer gruplara göre daha dürtüsel ve dikkatsiz alışverişler yapmasının nedeni bu olabilir. Faydacı olmayan alışverişçi özelliklerine sahiptirler

Kayıtsız Alışverişçiler:

Bu ergen tüketiciler, tüketici karar verme tarzlarından hiçbirinin baskın olmaması bakımından benzersizdir. Ne faydacı ne de faydacı olmayan müşteri özellikleri göstermezler. Sadece alışverişle ilgilenmemektedirler. Bu durum, kalite, marka ve moda ile ilgilenmedikleri anlamına gelmektedir. Ayrıca dürtüsel veya alışılmış/marka bağlılığı özellikleri göstermemektedirler. Kayıtsız alışverişçilerin, işleri nedeniyle, alışveriş yapmak ve sosyalleşme ajanlarıyla etkileşime girmek ve onlara maruz kalmak için sınırlı zaman ve enerjiye sahip olmaları mümkün olabilir.

2. MARKA DUYARLILIĞI

Marka, tüketicilerin ürünlerle ilgili tüm algılarını ve deneyimlerini dosyaladıkları bir "klasör" dür. Tüketiciler değerlendirme sürecinde bu ipucunu, her zaman olmamakla birlikte, sıklıkla kullanır. Bu davranış "marka duyarlılığı" olarak incelenmiştir. İlk olarak Kapferer ve Laurent (1983) tarafından tüketicinin seçim sürecinde "marka"yı bilgi olarak kullanma derecesi olarak tanımlanan marka duyarlılığı kavramına ilişkin olarak yapılan ve literatürde yer alan çalışmalar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Marka Duyarlılığının Kapsamı

Yazarlar	Tanım/Odak	Boyutlar
Kapferer ve Laurent (1983) **	Marka duyarlılığı, tüketicinin seçim sürecinde “marka”yı bilgi olarak kullanma derecesidir.	Tüketici ilgilenimi Markalar arasındaki farklılıklara olan inanç Bağlılık Atalet Marka adı
Kapferer ve Laurent (1992) **	Bir markaya duyarlılık, alıcının karar verme sürecini ifade eden psikolojik bir yapıdır. Bir bireyin markaya duyarlı olduğunu söylemek için, tüketicinin gerçek satın alma işleminden önce ortaya çıkan zihinsel prosedüründe markaların önemli bir rol oynamasına izin vermesidir.	Markaya duygusal bağlılık, Markanın diğer niteliklere göre önemi, Seçim sürecinde belirleyici bir kriter olarak marka bilgisi ve Satın alma kararında markaya verilen öncelik
Gali ve Coenders (1996)	Marka duyarlılığının kapsamını ölçmek için altı marka işlevi tanımlamıştır	Garanti Basitleştirme Farklılaştırma Sembolizm Zihinleştirme Jenerik
Amine (1998)	Marka duyarlılığını, bir tüketicinin satın alma kararı verirken gerçek markayı (imajını) ne ölçüde dikkate aldığı olarak tanımlamıştır.	İlgilenim Tatmin
Beaudoin ve diğerleri (2003) **	Rogers (1983) tarafından geliştirilen ve iyi bilinen yenilik yayılımı modelinde verilen yeniliğin benimseme düzeylerine göre tüketici kategorileri esas alınmış ve her bir kategoride erkek ve kadınlar arasında önemli farklılıklar olup olmadığını doğrulamak istenmiştir. Ayrıca marka duyarlılığı düzeyine göre bu kategoriler arasında farklılık olup olmadığı değerlendirilmiştir.	Yenilikçilik seviyesi (yenilikçiler, erken benimseyenler, erken çoğunluk, geç çoğunluk ve gecikenler) Algılanan giyim yoksunluğu Tüketici yetkinliği Moda yenilikçiliği

Lachance ve diğerleri (2003) **	Sosyalleştirme ajanlarının, ergenlerin marka duyarlılığının gelişimi ve bunların göreceli önemleri tüketici sosyalleşmesi bağlamında incelenmiştir.	Sosyalleştirme ajanları (aile, akranlar ve TV)
Nelson ve McLeod (2005)	Marka bilinci veya duyarlılığı, markaları yönetmek için bir kavram olarak, tüketici sosyalleşme süreçlerini anlamının bir yolu olarak ve tüketicilerin taklit markalar hakkında nasıl hissettiklerini veya bu markalarla ilgili bilgileri işlemek için bir yöntem olarak incelenmiştir.	Demografik faktörler Sosyalleşme faktörleri Marka farkındalığı Algılanan ürün yerleştirme Üçüncü kişi algısı
Beaudoin ve diğerleri (2006) **	Farklı psikolojik, sosyal ve sosyo-ekonomik değişkenlerin marka duyarlılığındaki değişimi nasıl açıkladığı incelenmiştir.	Sosyalleşme Değişkenleri (aile, akran, medya) Psikolojik Değişkenler (tüketici yeterliliği, benlik saygısı, moda yenilikçiliği) Demografik ve sosyoekonomik özellikler
Park (2007) *	Marka duyarlılığı, fiyat duyarlılığı ve moda yenilikçiliği arasındaki ilişkiler belirlenmiştir.	Fiyat duyarlılığı Moda yenilikçiliği
Xiaoling (2007)	Marka duyarlılığı, tüketicilerin satın alma karar sürecinde markaya verdikleri önemi ifade etmektedir. Ürün kalitesi ve marka kişiliği açısından algılanan farklılıkların marka duyarlılığı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir.	Ürün kalitesi Marka kişiliği
Wei (2008)	Tüketicilerin yabancı mallara nasıl tepki verdiğini incelemek için, tüketici etnosentrizmi ve satın alma niyetinde, marka duyarlılığı ve ürün ipuçları aracı değişken olarak değerlendirilmiştir.	Satın alma niyeti Tüketici etnosentrizmi Ürün ipuçları (kalite, çeşit, ambalaj, fiyat gibi)

Ersun ve Yıldırım (2010) *	Moda giyim ürünlerine olan ilgi, sosyal değişkenler ile marka duyarlılığı arasındaki ilişkiler temelinde incelenmiştir (üniversite öğrencileri).	Ürünün algılanan önemi Yanlış satın alma olasılığı Algılanan sembol/işaret Hedonizm/zevk İlgi
Vliet (2010)	Marka duyarlılığını açıklamak için beş açıklayıcı değişken içeren kavramsal bir model geliştirilmiştir.	İlgilenim Algılanan risk Algılanan ürün kalitesinin önemi Bilgilendirici sosyal etki Normatif sosyal etki
Workman ve Lee (2013) **	Marka duyarlılığı, tüketici kibri, cinsiyet, marka bilinci ve özel benlik bilinci arasındaki ilişkileri sosyal karşılaştırma kuramı bağlamında incelenmiştir (üniversite öğrencileri yaş ortalaması 21).	Tüketici kibri Cinsiyet, Marka bilinci ve Kişisel öz bilinç
Bruggemann (2017)	Marka duyarlılığı, bir markanın sahip olduğu etki veya tesir miktarıdır. Markaya duyarlı tüketiciler, markanın satın alma kararlarını etkilemesine izin verir, ancak aynı zamanda fiyat, kalite ve görünüm gibi dış faktörlere de güvenir. Bir kişinin markaya bağımlı mı yoksa markaya duyarlı mı olduğu dört faktöre bağlıdır. Bu faktörler, markanın hedonik veya faydacı değeri, tüketicilerin biliş düzeyi, riskten kaçınma düzeyi ve markanın mesaj bütünleştirme düzeyi.	Üründen sağlanan fayda Biliş düzeyi, Riskten kaçınma düzeyi Markanın mesaj bütünleştirme düzeyi.
Korai (2017)	Marka duyarlılığı kavramı, marka ilgisi ve marka gücü olmak üzere iki ana değişken üzerinden değerlendirilmiş ve Afrikalı genç kadınlar arasındaki marka duyarlılığının öncüllerini incelenmiştir (kozmetik ürünleri).	Narsizim Algılanan risk Bir ürün kategorisine yönelik satın alma ilgilenimi Marka ilgisi Marka gücü

Cheng (2018)	Marka değerinin (fayda) tüketicilerin marka duyarlılığı ve tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır.	Markanın faydaları Marka bilgisi
Michael ve Sotirios (2021)	Marka duyarlılığı bilişsel ve duygusal duyarlılık olarak kategorize edilmiş, bahçe ürünleri satın alma karar sürecinde marka duyarlılığı incelenmiştir.	Arama özellikleri (fiyat, ambalaj, renk, ebat, biçim gibi), Güven özellikleri (izlenebilirlik, sürdürülebilirlik ve böcek ilacı ve koruyucu içermez) Deneyim özellikleri (tat, lezzet ve doğal dayanıklılık) İlgilenim

* giyim ürünleri üzerine yapılan çalışmalar ** giyim ürünleri ve ergenler/gençler üzerine yapılan çalışmalar

Kaynak: Literatürden hareketle oluşturulmuştur.

Marka duyarlılığı kavramı ilk olarak Kapferer ve Laurent (1983) tarafından, sadakat ve ataleti ayırt etmek için kullanılmıştır. Marka duyarlılığı, belirli bir ürün kategorisinde bir alternatifin, seçim sürecinde marka adının anahtar rol oynama derecesi olarak tanımlanan psikolojik bir bireysel değişken olarak ifade edilmiştir. Marka duyarlılığını ölçmek için yedi maddeden oluşan kısa bir ölçek geliştirmişlerdir. Marka duyarlılığını etkileyen faktörleri, ilk olarak tüketici ilgilenimi, markalar arasındaki farklılıklara olan inanç, bağlılık ve atalet olarak incelemişlerdir. İlgilenim, “bir kişinin içsel ihtiyaçlara, değerlere ve ilgilere dayalı olarak nesneyle algılanan ilgisi” (Zaichkowsky, 1985, s. 342) veya “belirli bir durum içinde bir uyarın tarafından uyandırılan algılanan kişisel önem ve/veya ilgi düzeyi” olarak tanımlanmıştır (Antil, 1984, s. 204). Tüketici ilgilenimi, belirli bir ürün kategorisinde marka duyarlılığı ile en doğrudan özdeşleştirilen değişkenlerden biri olarak görülmektedir (Tuffour, 2018, s. 52). Kapferer ve Laurent (1983), ilgilenim düzeyinin marka duyarlılığı düzeyini olumlu yönde etkilediğini ve bir tüketicinin marka duyarlılığı seviyesini etkileyen ilgilenim türleri bulunduğunu ifade etmişlerdir. İlgilenimin öncüllerine bağlı olarak (ürünün zevk değeri, ürünün işareti veya sembolik değeri, risk önemi ve satın alma hatası olasılığı gibi), tüketici davranışı üzerindeki sonuçları farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda bir kişi bir satın alma işleminin riskli

olduğunu düşündükçe, markalara daha fazla önem vermektedir. Ayrıca satın alımlarını belirli bir benlik imajı yansıtmak için ne kadar çok kullanırsa, markalara o kadar çok dikkat eder ve bir ürün kategorisine ne kadar ilgi duyuyorsa, markalara o kadar duyarlı olacaktır (Beaudoin ve Lachance, 2006, s. 313). Benzer şekilde, markalar arasındaki farklılıklara olan inancın marka duyarlılığının önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermişlerdir. Ayrıca marka duyarlılığı, ilgilenim ve bağlılık arasında aracı bir değişken olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle, bir tüketici bir ürün sınıfına yüksek oranda dâhil olduğunda ve güçlü bir şekilde markaya duyarlı olduğunda, belirli bir markaya sadık olmalarının son derece muhtemel olması beklenebilecektir. Diğer taraftan kişi, belirli bir markayı seçmenin başka bir marka satın almaktan daha az riskli olduğunu (maliyetli marka değişikliği) algıladığı için markaya bilişsel olarak bağlı olabilecektir. Son olarak bir marka kişiyi, esas olarak arama çabasından kaçınma ile hareket ettirilebilir veya bu markanın önemsenecek derecede alternatifini olmayabilir. Diğer bir ifade ile kişi arama davranışından kaçınmakta kayıtsız (atalet) kalabilmektedir (Amine, 1998, s. 310, 313; Beaudoin vd., 2003, s. 25; Laurent ve Kapferer, 1985, s. 41; Odin vd., 2001, s. 78; Workman ve Lee, 2012, s. 207).

Kapferer ve Laurent (1992) daha sonraki çalışmalarında marka duyarlılığını etkileyen dört faktör belirlemişlerdir. Bu faktörler; markaya duygusal bağlılık, markanın diğer niteliklere göre önemi, seçim sürecinde belirleyici bir kriter olarak marka bilgisi ve satın alma kararında markaya verilen öncelik olarak belirtilmiştir (Cheng, 2018, s. 31). Markaya olan duygusal bağ, 'tüketicinin belirli bir markaya karşı geliştirdiği ve o markaya olan psikolojik yakınlığını ifade eden duygusal bir his' olarak tanımlanır ve tüketicilerin marka beğenisini veya bağlılığını ifade etmektedir. Kişi hedonistik veya sembolik nedenlerle markayla olan ilişkilerinden (marka sevme/bağlanma) zevk almaktadır (Amine, 1998, s. 310, 313). Aynı zamanda tüketicinin bir markaya olan gerçek bağlılığın dolaylı kaynağı olduğu ve tüketicinin gerçek marka sadakatini anlama ve açıklama konusunda ortak bir özellik olma eğiliminde olduğu ifade edilmiştir. Marka duyarlılığının hem hesapsal (marka özellikleri hakkında algılanan farklılıklar) hem de duygusal (bütünsel değerlendirme) bağlılık üzerinde bir etkisi olduğu varsayılmaktadır (Amine, 1998, s. 313). Diğer taraftan, bazı ürün kategorilerinde tüketiciler aşırı bilgi yüklemesi nedeniyle ürün özelliklerine nazaran marka özelliklerini dikkate alabilmektedir. Marka bilgilerine verilen bu önem marka duyarlılığını etkilemektedir (Brown vd., 2012, s. 513). Tüketiciler, ürünü satın alma kararının oluşumunda belirli türdeki (örneğin marka sadakati veya alışılmış satın alma) ürünler için geçmişteki uygulamalarına uyma davranışı göstermektedir. Marka duyarlılığı olan tüketiciler, satın almalarında

fiyata karşı duyarsız ve markaya karşı aşırı güven gösterebilmektedir (Shah vd., 2012, s. 107).

Gali ve Coenders (1996), marka duyarlılığının kapsamını ölçmek için altı marka işlevi tanımlamıştır. Bu marka işlevleri garanti, basitleştirme, farklılaştırma, sembolizm, zihinleştirme ve jenerik/genel işlev olarak ifade edilmiştir (s. 3):

1. Garanti: marka, ürünü satın alırken bilişsel uyumsuzluğu azaltır. Tüketiciler, markanın, ürünle ilgili olası sorunların sorumluluğunu üstlenecek bir üretici tarafından desteklendiğini düşünmektedir. "Marka sizin güvencenizdir..." "Marka, satın almam için bir destek gibidir..."
2. Basitleştirme: Marka, motivasyon, katılım ve seçim görevlerinin düşük/basit olduğu bazı seçim kümelerinde buluşsal bir ipucu görevi görür. "Herkes çok hızlı hareket ediyor ve çok az zamanı var; marka tüm bilgileri özetliyor..."
3. Farklılaştırma: Marka, tüketicinin, nitelikler ve genel kalite açısından rakip ürünler arasındaki farklılıkları algılamasına izin verir. "Markalar fark yaratmanıza yardımcı olur..."
4. Zihinselleştirme: Marka, tüketicilere kendi algılarını güçlendiren unsurlar vererek onlara yardımcı olur. "Bir kafeye girip benim giydiğim ayakkabının aynısını giyen otuz adam daha keşfetmekten nefret ediyorum."
5. Sembolizm: Marka, onu kullanan kişiler hakkında bilgi sağlar. "Hepimize biraz daha yardımcı oluyorlar."
6. Jenerik, Genel işlev: marka, belirli bir ürün kategorisini tanımlamaya hizmet eder. Belirli bir üreticiyi tanımlamak yerine, bütün bir ürün kategorisini tanımlar. "Çoğu zaman ürünün kendisine adını verirler. Örneğin, herhangi bir tür lolipop kastettikleri zaman herkes Chupa-Chups der."

Özetle marka duyarlılığının kapsamını oluşturan marka işlevlerinden, garanti (bir markanın yüksek kaliteli bir ürünü garanti etme derecesi), basitleştirme (bir markanın ürün seçimini kolaylaştırma derecesi), farklılaştırma (bir markanın belirli ürün özelliklerine sahip olma derecesi), zihinleştirme (bir markanın kendi algıladığı kişiliği geliştirme derecesi), sembolizm (markanın tüketicinin kişiliğini sembolize etme derecesi) ve jenerik (markanın kendisinden ziyade bir ürün kategorisini temsil etme derecesi) olarak ifade edilmiştir.

Yapılan diğer araştırmalarda marka duyarlılığını etkileyen faktörler; yenilikçilik seviyesi (yenilikçiler, erken benimseyenler, erken çoğunluk, geç

çoğunluk ve gecikenler), algılanan giyim yoksunluğu, tüketici yetkinliği, moda yenilikçiliği, sosyalleşme değişkenleri (aile, akran, medya), psikolojik değişkenler (tüketici yetkinliği, benlik saygısı, moda yenilikçiliği, tüketici kibri, marka bilinci), demografik ve sosyoekonomik özellikler, markayla ilgili olarak; markanın faydaları, markanın gücü, markanın mesaj bütünleştirme düzeyi, markanın işlevleri, ürünle ilgili olarak; arama, güven ve deneyim özellikleri gibi faktörler belirtilmiştir (Tablo 1). Tüm bu faktörler tüketiciyle ilgili özellikler, markayla ilgili özellikler ve ürünle ilgili özellikler olmak üzere üç başlıkta toplanabilir (Şekil 1).

Tüketici ile ilgili özellikler	Markayla İlgili Özellikler	Ürün ile ilgili özellikler
<ul style="list-style-type: none"> - Sosyo yapısal faktörler (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, vb.) - Psikolojik faktörler (tüketici yeterliliği, benlik saygısı, moda yenilikçiliği, ilgilenim, biliş düzeyi, narsizim, kendini beğenmişlik, hedonizm, algılanan giyim yoksunluğu) - Sosyalleştirme faktörleri (aile, akranlar, medya) 	<ul style="list-style-type: none"> - Markanın faydaları - Markanın gücü - Markanın mesaj bütünleştirme düzeyi 	<ul style="list-style-type: none"> - Algısal özellikler - İşlevsel/temel özellikler - Ürünün faydası - Arama özellikleri - Güven özellikleri - Deneyim özellikleri

Şekil 1. Marka Duyarlılığını Etkileyen Faktörler

Kaynak: Literatürden hareketle oluşturulmuştur.

3. GİYİMDE ERGENLERİN MARKA DUYARLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Sönmez (2009) tarafından yapılan çalışmada 12-19 yaş arası gençlerde giyimde marka duyarlılığının en önemli tahmin edicileri, marka ismi, marka bağlılığı ve psikolojik faktörler olduğu bu faktörlerin yanı sıra arkadaşlarla olan iletişim, aile içi iletişim ve gazete okuma süresi gibi değişkenlerin diğer önemli tahmin ediciler olduğu tespit edilmiştir (s. 117). Gençlerde giyim ve marka

duyarlılığı ile ilgili literatür araştırmasının gözden geçirilmesi, a) tüketici ile ilgili özelliklerin; cinsiyet, yaş ve sosyo-ekonomik durum gibi sosyo-yapısal değişkenlerin, tüketici yeterliliği, benlik saygısı, moda yenilikçiliği, ilgilenim, biliş düzeyi, narsizim, kendini beğenmişlik, algılanan ürün yoksunluğu gibi psikolojik faktörlerin, aile, akranlar, medya gibi sosyalleştirme faktörlerinin, b) ürün ile ilgili özelliklerin; giyim ürününde kullanılan işaret, resim gibi algısal özelliklerin ve kumaş, marka, fiyat gibi işlevsel/temel özelliklerin giyimde ergenlerin marka duyarlılığının araştırılmasında incelenmesi gerektiğini göstermektedir (Tablo 1).

3.1. Tüketici ile İlgili Özellikler

Farklı özelliklere sahip tüketiciler ile marka duyarlılığı arasında nasıl bir ilişki olabileceği konusuna açıklık getirmek gerekebilir. Bu nedenle, sosyo yapısal faktörler, psikolojik faktörler ve sosyalleştirme faktörleri tüketici ile ilgili özellikler olarak değerlendirilmeler yapılmıştır.

3.1.1. Sosyo yapısal faktörler

Gençlerin yaşı, cinsiyeti, geliri, eğitim düzeyi ve ebeveynlerin mesleği gibi değişkenler ile giyimde marka duyarlılığı ilişkileri incelenmiştir.

Yaş

Her bir yaş grubunun yönelimleri, bakış açıları, odak noktaları veya ortama uyum sağlayabilme yetenekleri birbirinden farklıdır. Tüketici olarak her bir yaş grubunun çevreden gönderilen uyarıcıları farklı algıma ve farklı tepki vermeleri olasıdır. Bu nedenle giyim araştırmalarında ergenleri yaşlarına göre ayırmak önemli olabilmektedir. Örneğin, daha büyük ergenlerde (15 yaş üstü), genç ergenlere göre giyim ürünlerinde marka duyarlılığı daha az olma eğilimindedir. Diğer bir ifade ile 15 ve daha küçük yaştaki gençlerin 15 yaşından büyüklere göre, markaya duyarlı olma eğilimleri daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Sönmez, 2009, s. 98). Bu durum yaşı daha büyük olanların kıyafet konusunda daha deneyimli olabilmesi nedeniyle giysi seçimlerinde markadan daha fazla kritere dikkat edebilecekleri veya küçük çocuklara göre kıyafetlerine para ödemesi daha olası olabileceğinden belirli markaları satın almak için daha fazla para harcamak istemeyebileceklerini varsaymamıza neden olabilir.

Cinsiyet

Cinsiyet ve giyim arasındaki ilişkiye bakıldığında, cinsiyetin marka duyarlılığı etkilemediği tespit edilmiştir. Burton ve diğerleri (1994) görünüşle ilgili tutum ve davranışlardaki cinsiyet farklılıklarını incelemek için dört çalışmadan oluşan bir araştırma yürütmüştür. Sonuçlar, fiziksel görünüm,

fiziksel görünüm algısı, giyim ile ilgili endişe, toplum bilinci ve diyet yapma sıklığı ile ilgili endişelerin kadınlarda erkeklere göre daha fazla olduğunu göstermiştir.

Her ne kadar kızlar genel olarak görünüşleri ile erkeklere göre daha ilgili olduğu düşünülse de belki de kızların giyim ve bunları eşleştirme konusunda daha yetenekli veya kendi zevklerine daha fazla güvendikleri konusunda yalnızca tahmin yürütebilir. Bu “yetkinlik”, markalara büyük ölçüde güvenmek zorunda kalmadan fiziksel imajlarını oluşturmalarına yardımcı olmuş olabilir. Öte yandan erkekler, görünüşlerini geliştirmek için kadınlarla aynı yeteneklere veya aynı özgüvene sahip olmayabilir veya hatta kıyafetlerini eşleştirme konusunda aynı ilgiye sahip olmayabilirler. Bu nedenle, marka adlarına daha bağımlı olmuş ve "doğru" bir görünüme sahip olmak için "doğru" ürünü satın aldıklarından emin olmak için markaları kolay araçlar olarak kullanmış olabilirler (Beaudoin ve Lachance, 2006, s. 324).

Gelir

Gelir düzeyi yüksek aileleri olan gençlerin marka duyarlılığı düzeyinin, çok daha az varlıklı çevrelerden gelen gençlerinkiyle aynı olduğunu tespit edilmiştir. Buna rağmen, gençlerin ailesinden ve diğer kaynaklardan aldığı harçlık miktarı ile marka duyarlılığı arasında olumlu bir ilişki tespit edilmiştir. O halde, gençlerde marka duyarlılık düzeyini, ailelerinin gelirinden ziyade, almış oldukları harçlık miktarının etkilediği ifade edilebilir (Sönmez, 2009, s. 107-108). Bu durum bir giyim ürününü isteyen gençlerin satın alma işlemini aileleri gerçekleştirdiğinde markayı, harçlıklarından harcama yapma durumunda markadan başka fiyatı dikkate almaları ile ilişkilendirilebilir.

Eğitim

Gençlerin eğitim seviyesi arttıkça, marka duyarlılık düzeyinin olumsuz etkilendiği, diğer taraftan ailenin eğitim düzeyi arttıkça, gençlerin marka duyarlılık düzeylerinin de artma eğiliminde olduğu ve annesi çalışan gençlerin, annesi çalışmayan gençlere göre marka duyarlılık düzeylerinin daha olumlu etkilendiği tespit edilmiştir (Sönmez, 2009, s. 108). Bu durum, eğitim seviyesinin yükselmesi ile, çocuk ve gençlerin, satın alma kararlarında daha özgür davranmaları ve aynı zamanda aile satın alma kararlarını da etkilemeleri, çocuklarını marka tercihleri yapma yönünde cesaretlendirme ve marka kararlarına dâhil etmeleri ile ve çalışan annelerin, çocukları ile daha az zaman harcamaları nedeniyle, onların gönüllerini alıp, vicdanlarını rahatlatmak için, çocuk ve gence yönelik tüketim harcamalarında kısıtsız davranmaları sonucunu

da beraberinde getirmesi, ürün ve marka tercihlerinde çocukların söz sahibi olmaları (Valkenburg, 2000, s. 53) ile açıklanabilir.

3.1.2. Psikolojik Faktörler

Psikolojik faktörler ile marka duyarlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gençlerin giyimde marka duyarlılık düzeylerinin, psikolojik faktörlerden etkilendiği tespit edilmiştir (Sönmez, 2009, s. 116). Önceki diğer çalışmalarda giyimde ergenlerin marka duyarlılığını etkileyen bu faktörler; tüketici yetkinliği, benlik saygısı, moda yenilikçiliği, ilgilenim, algılanan ürün yoksunluğu, marka bilinci ve tüketici kibri olarak incelenmiştir.

Tüketici yetkinliği

Yetkin tüketici, ihtiyacına ve imkânlarına göre harcama yapma, haklarını savunma, reklamlara karşı uyanık olma, memnun olmadığında şikâyet etme gibi sosyal açıdan arzu edilen önleyici ve savunmacı tüketici davranışlarına sahip olarak tanımlanmaktadır. Gençler özellikle düşük deneyim seviyelerinde ve moda gibi dış etkenlere ve akranlarının fikirlerine karşı güçlü geçirgenlikleri nedeniyle savunmasız kalabilmektedir. Ailelerin; kendi paralarını yönetme, karşılaştırmalı alışveriş yapma, fiyat-kalite oranını karşılaştırma gibi davranışları çocuklarına kazandırmalarının yanı sıra medya ve akranlar da marka tercihlerinin veya marka duyarlılığının geliştirilmesi gibi tüketimin dışavurumcu ve sosyal yönlerini öğrenmekle daha sık ilişkilendirilmiştir. Konuyla ilgili sadece birkaç çalışma olmasına rağmen, yazarlar gençlerin tüketimin çeşitli yönleriyle ilgili becerilerden – veya yeterlilikten – yoksun olduğu konusunda hemfikirlerdir. Gerçekten de marka duyarlılığı ile tüketici yetkinliği arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile marka duyarlılığı arttıkça tüketici yetkinliğinin etkisi azalmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların iyi tavsiye edilen tüketime katılma olasılıklarının daha düşük olduğunu göstermektedir. Bu nedenle giyim markalarına olan ilgi akılcı tüketim yoksunluğunu yansıtabileceği için dikkat çekmektedir (Beaudoin ve Lachance, 2006, s. 324; Lachance ve Bernier, 2004, s. 433).

Benlik Saygısı

Benlik saygısı, kişinin kendine atfettiği değerdir. Olumlu benlik saygısını koruma motivasyonu, bireyleri belirli ürünleri, markaları ve giyim tarzlarını tüketmeye teşvik etme veya caydırma eğilimindedir, çünkü onlar giyim seçimleri yoluyla kendilerini en iyi şekilde sunmakla ilgilenirler. Giyimden bireylerin dış görünüşünü ve benlik saygısını artırabileceği bilinmektedir. Özellikle ergenlik döneminde giyim, benlik saygısı ile ilişkilendirilen önemli bir sosyal etkileşim aracıdır. Ergenlerde benlik saygısı ve marka duyarlılığı arasında

olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. 317, 325. Bu durum, markaya duyarlı olan gençlerin bulunduğu sosyal sınıf veya grup içinde kabul gören veya popüler olan markalı giyim ürünlerini tercih ederek benlik saygısını koruma veya geliştirme davranışı sergilemeleri olasılığını yansıtabilir.

Moda yenilikçiliği

Rogers (1983) yenilikçilik seviyelerini; yenilikçiler, erken benimseyenler, erken çoğunluk, geç çoğunluk ve gecikenler olarak sınıflandırmıştır. Bu sınıflamayı esas alarak yapılan bir çalışmada, marka duyarlılığının ergenler arasında moda “uyumluluğunun” artan bir işlevi olduğunu gösterilmiştir. Bu tespit, moda benimseme sürecinde, ergen moda yenilikçilerinin geride kalanlardan önemli ölçüde daha fazla markaya duyarlı oldukları, erken çoğunlukta ergenlerin, modayı erken benimseyenler olarak tanımlananlara göre markalara karşı önemli ölçüde daha az duyarlı, geciken ergenlerin, geç çoğunlukta ergenlere göre markaya daha az duyarlı oldukları, geç çoğunluğu oluşturan ergenlerin erken çoğunlukta tanımlananlardan önemli ölçüde daha az markaya duyarlı oldukları anlamına gelmektedir (Beaudoin vd., 2003, s. 28). Diğer bir ifade ile ergen yenilikçiler ve erken benimseyenlerin, markaya en duyarlı gruplar olduğu ve sonraki moda tüketicileri için model olarak oynadıkları rol nedeniyle modanın yayılması sürecinde önemli oldukları ifade edilebilir. Yenilikçilerin ve/veya erken benimseyenlerin en azından markalara maruz kalma sağlayarak daha sonraki moda benimseyenleri etkiledikleri de ifade edilebilir.

İlgilenim

İlgilenim, olayları, nesnelere veya ürünleri algılamak üzere onlara ne derecede önem atfettiğimiz ve onları kendimizle ne kadar alakalı bulduğumuzun bir göstergesidir. Tüketicilerin ilgilenimi bir ürün kategorisine, bir markaya, bir satın alma durumuna veya pazarlama iletişimi mesajına yönelik olabilir (Odin vd., 2001, s. 78). Üç tür ilgilenim bir tüketicinin marka duyarlılığı düzeyini etkiler: belirli bir ürün kategorisine ilgi düzeyi, satın almayla ilgili risk düzeyi ve belirli bir benlik imajı yaratmaya ilgi düzeyi (Workman ve Lee, 2012, s. 207). Giyim genellikle yüksek ilgilenimli bir ürün olarak kabul edilir (Radder ve Huang, 2008, s. 233). Kapferer ve Laurent (1983), markalar arasındaki farklılıklara olan inancın marka duyarlılığını belirleyebileceğini ve ilgilenim düzeyinin marka duyarlılığı düzeyini etkileyebileceğini göstermiştir (Kim ve Sung, 2009, s. 508). Tüketici ilgilenimi, belirli bir ürün kategorisinde marka duyarlılığı ile en doğrudan özdeşleştirilen değişkenlerden biri olarak görülmektedir.

Algılanan giyim yoksunluğu

Fiziksel ve psikolojik rahatlığa ilişkin olarak giysiden hoşnutsuzluk olarak benimsemiştir. “Kness (1973, 1983) giyim yoksunluğunu, akranlarla giyim ilişkisinden duyulan hoşnutsuzluk, tatmin olmak için yeterli giysiye sahip olamama duygusu olarak tanımlamıştır” ve yüksek düzeyde benlik kavramı, düşük giyim yoksunluğu algısı ile ilişkilendirilmiştir (Francis ve Liu, 1990, ss. 1191, 1194). Diğer taraftan giyim, tüketim yoluyla bir varlık duygusunu onaylayarak ve belirleyerek sembolik olarak benliği genişletme yeteneğine sahip bir araç olarak görülebileceği ifade edilmektedir (McNeill, 2018, s. 83). Benlik kavramları, bireyler kendileri hakkında nasıl düşündüklerini değiştirdikçe ve başkalarıyla etkileşime girdikçe zamanla gelişir. Ergenler markalı giyim ürünlerini başkalarına kendilerini tanımlamanın ve kendi gruplarıyla ilgili belirli bir benlik kavramına sahip markaları satın almanın bir aracı olarak kullanırlar (Rhee ve Johnson, 2012, s. 76). Diğer taraftan benlik kavramının sosyal kabul alanı, akranlarına göre giyim yoksunluğu ile olumsuz bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir (Lee, 1997, s. 157). Ayrıca ergenlerde benlik saygısı ve marka duyarlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Beaudoin ve Lachance, 2006, ss. 317, 325). Tüm bunlar dikkate alındığında ergenlerde algılanan giyim yoksunluğu ile marka duyarlılığı arasında bir ilişki olduğu varsayılabilir. Bu bağlamda giyim kararlarının güçlü bir sosyal ve psikolojik riskle ilişkili olduğu açıktır.

Marka bilinci

Marka bilinci, tüketicilerin ünlü, tanınmış ve çok reklamı yapılan markalı ürünleri satın alma eğilimi veya ünlü markalı ürünlere yönelik psikolojik tercih” olarak tanımlanmıştır. Marka bilincine sahip tüketiciler daha yüksek fiyatın daha yüksek kaliteyi yansıttığına inanır. Ayrıca ergen tüketicilerin popüler ve yüksek fiyatlı markaları satın almayı tercih ettiği önemli tüketici karar verme stillerinden biri olarak tanımlanmaktadır (Sproles ve Kendall, 1986). Yapılan bir araştırmada erkeklerin kadınlara göre daha fazla marka bilincine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum kadınların alışveriş yaparken daha çok bilgi aramaları erkeklerin ise bilgi arama yerine tanıdıkları markaları rahatlıkla seçmeleri ve markanın adını kalite işareti olarak kullanmaları varsayımı ile açıklanmıştır (Rausch, 2002, s. 60). Ayrıca, medya kullanılan ürün yerleştirme uygulamaları, algılanan ebeveyn ve akran marka bilincinin ergen marka bilinciyle pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Nelson ve McLeod, 2005, s. 515). Diğer taraftan Workman ve Lee (2012) marka bilinci ile marka duyarlılığı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuçlara göre aile, akranlar ve

medyanın marka bilincini ve dolayısıyla marka duyarlılığını etkilediği ifade edilebilir.

Tüketici kibri

Tüketici kibri, (1) fiziksel görünüm yönünü ve (2) başarı yönünü kapsar. Ayrıca, bu iki tema, kişinin fiziksel görünümü ve kişisel başarıları için hem endişe hem de olumlu (belki de şişirilmiş) bir bakış açısı içermektedir. Diğer bir ifade ile fiziksel görünüm kibri; kişinin fiziksel görünümüne haddinden fazla ilgi duyması, endişelenmesi ve/veya olumlu (ve belki de şişirilmiş) görüşü içerirken, başarı kibri ise kişinin kişisel başarıları için aşırı bir endişe ve/veya olumlu (ve belki de şişirilmiş) bir görüşü içermektedir (Netemeyer ve Lee, 1995, s. 612). Sosyo yönelimi yüksek ailelerden gelen ergenlerin, fiziksel kibir özelliğine sahip olma eğiliminde oldukları ve bu nedenle fiziksel görünümüne daha fazla dikkat edebilecekleri ifade edilmektedir (Chang vd., 2008, 430). Üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir araştırmada tüketicilerin özellikle marka isimleriyle ilgili kararlarının, kibirle ilgili endişeler ve görüşler tarafından yönlendirilebileceği, fiziksel görünüm kibrine sahip gençlerin marka isimlerine karşı daha duyarlı ve bilinçli olduğu tespit edilmiştir (Workman ve Lee, 2012, s. 209). Bu durum, kibir başkalarıyla karşılaştırmayı içerdiğinden ve fiziksel görünümde, modada değişim için bir motivasyon işlevi görebileğinden kaynaklanıyor olabilir.

3.1.3. Sosyalleştirme Faktörleri

Tüketici sosyalleşmesi, gençlerin pazarda tüketiciler olarak etkin işlevleriyle ilgili beceri, bilgi ve tutumları edinme süreci anlamına gelmektedir. Önceki araştırmalarda genellikle ebeveynlerin, akranların, yazılı medyanın, televizyonun ve okul içi eğitimin tüketici sosyalleşmesinin en önemli araçları olduğu ve çeşitli arzu edilen ve istenmeyen tüketici davranışlarına katkıda bulunduğunu kabul edilmiştir (Kamaruddin ve Mokhlis, 2003, s. 147). Burada gençlerin sosyalleşmesini ve marka duyarlılığını etkileyen faktörlerden aile, akranlar ve medya araçları incelenmiştir.

Aile

Ebeveynler, ergenler arasında rasyonel, sosyal olarak arzu edilen veya etkili tüketim davranışlarının telkin edilmesi için birincil sosyalleştirme araçlarıdır (Shim, 1996, s. 550). Ailesel ilişkiler gençler arasında faydacı tüketim gelişimini kolaylaştırmaktadır. Çocukların sosyalleşmesinde aile etkisinin, marka tercihi ve bağlılığını da içeren tüketici davranışını etkilediği görülmektedir. Aile ile genç arasında olan iletişim, gençlerin giyim ürünü tercihlerini etkilemektedir. Aile içi iletişime verilen önem ile marka duyarlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğu

tespit edilmiştir. Buna göre, aile içi iletişime verilen önem arttıkça, marka duyarlılık düzeyi artmaktadır. Ayrıca ailenin marka duyarlılığı düzeyine etkisi yaş arttıkça azalmaktadır (Sönmez,2009, ss. 63, 93, 109, 110).

Akranlar

Gençler farklı markalarla ilişkilendirilmiş imgeleri dışa vurmaya yardımcı olan giyim ürünleri veya kullanmış oldukları diğer ürünlerle sosyal etkileşimde bulunduğu akranları tarafından kabullerini kolaylaştırmaktadır. Gençler arkadaşlarıyla tüketimle ilgili konuları konuşurken, arkadaşlarının favori markalarını öğrenebilirler ve öğrendiklerini markaları değerlendirirken dikkate alabilirler (Sönmez, 2009, s. 67). Arkadaşlarla olan iletişime verilen önem arttıkça, marka duyarlılığı olumlu olarak etkilenmektedir. Arkadaşlarla olan iletişimin, marka duyarlılığı düzeyine etkisi yaş arttıkça azalmaktadır. Diğer taraftan erkeklere göre kızların marka duyarlılık düzeyi, arkadaşlarla olan iletişimden olumsuz olarak etkilendiği de vurgulanmıştır (Sönmez, 2009, s. 111-112).

Medya

Gençlerin televizyon izleme süresi ve gazete okuma süresi marka duyarlılığı arasında bir ilişki olmadığı, ancak dergi okuma süresi, internet kullanma süresi ve sinemaya gitme sıklığı ile marka duyarlılığı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gençlerin dergi okuma süresi, sinemaya gitme sıklığı ve internet kullanma süresi arttıkça, marka duyarlılık düzeylerinin de olumlu etkilendiğini göstermektedir (Sönmez, 2009, s. 113). Sonuç olarak, gençlerin televizyon izleme ve gazete okuma süresinden ziyade çevreleri tarafından kabul görmesini kolaylaştırma aracı olarak ilgi alanlarına hitap eden gençlik dergilerinin, sinema filmlerinin ve internet mecralarının gençlerin giyimde marka duyarlılıklarını etkilediği ifade edilebilir.

3.2. Ürünle ilgili özellikler

12-19 yaş arası ergenlerin giyim ürünü alırken tercihlerini etkileyecek giyim ürünüyle ilgili özelliklerin neler olduğunu tespit etmek amacıyla; kumaş, baskı (resim), marka, fiyat, renk seçeneklerini içeren bir soru ile 1= çok önemli ile 5= çok az önemli şeklinde sıralamaları istenmiştir. Veriler, algısal özellikler (baskı, renk) ve temel özellikler (kumaş, marka, fiyat) olarak sınıflandırılarak frekansları alınmıştır. Gençlerin, giyim ürünleri satın alırken birinci önem derecesinde giyim ürününün rengine, kumaşına, fiyatına ve baskısına önem verdiği, markaya beşinci derecede önem verdiği tespit edilmiştir. Bu durum, ergenlerin giyim ürünü seçiminde diğer işaretlere göre markanın daha az önemli bir kriter olduğunu göstermektedir. Renk, baskı, kumaş ve giysilerin fiyatı,

öğrenciler bir giyim ürünü almaya karar verdiklerinde daha fazla önem kazanıyor gibi görüldüğü ifade edilebilir. Ayrıca, gençlerde giyim ürünlerinin tercihlerinde algısal özelliklerin kullanım sıklığının, temel özelliklerin kullanımından daha fazla olduğu görülmektedir. 12-19 yaş arası ergenlerin bir giyim ürünü satın alırken dikkate alınan temel özelliklerin kullanım sıklığı yaşın artışına bağlı olmaksızın ortalama %63 olarak tespit edilmiştir. Algısal özelliklerin kullanımı ise 15 yaşından küçüklerde %70,15, 15'ten daha yukarı yaştakilerde %65,41'dir. Bu analizden, temel özelliklerin kullanımının yaşla birlikte arttığı, algısal özelliklerin kullanımının ise yaşla birlikte azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Sönmez, 2009, ss. 97, 100-101). Nistor (2019) tarafından yapılan çalışmada benzer sonuçlara ulaşılmış ve bu özelliklerin kullanımı cinsiyete göre karşılaştırılmıştır. Erkek ve kız öğrenciler arasındaki ölçek ortalamalarının karşılaştırılması sonucunda, marka kriterinin önemi açısından herhangi bir farklılık olmadığı, ancak rengin ve fiyatın önemi açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği, fiyat ve renk kriterinin kız öğrenciler için erkeklere göre anlamlı derecede daha önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular kız öğrencilerin erkeklere göre daha sık kıyafet alışverişi yapmaları nedeniyle fiyatı önemsemeleri ile açıklanmıştır (Sönmez, 2009, s. 49).

SONUÇ

Tüketiciler belirli bir ürün kategorisinde seçim yaparken bilgi olarak markayı dikkate alıyorsa, bunun nedeni markanın psikolojik bir faydası olmasıdır. Dolayısıyla marka duyarlılığı, tüketicilerin değerlendirme sürecinde markanın kendisini ne ölçüde dikkate aldığını gösteren ve alıcının seçim sürecine işaret eden psikolojik bir oluşumdur. Marka duyarlılığı üzerine yapılan araştırmaların sonuçları, marka duyarlılığını açıklayan en önemli değişkenlerin, ürün kategorisindeki çeşitli markalar arasındaki farklılıkların algılanması ve tüketici ilgileniminin derecesi olduğunu göstermektedir. Markalar arasında ne kadar farklılık algılanırsa, marka duyarlılığı o kadar artmaktadır. Bazı yüksek ilgilenimli ürün kategorilerinde tüketiciler düşük marka duyarlılığı gösterse de tüketici ilgilenimi marka duyarlılığı ile pozitif ilişkilidir. Giyim genellikle yüksek ilgilenimli bir ürün olarak kabul edilir. Diğer taraftan, ergenler giysilerini ve tercih ettikleri markaları, başkalarıyla etkileşim kurmak ve diğer kişiler ya da gruplar tarafından kabul veya takdir edilmelerini kolaylaştırmak için kullandıkları araçlar olduğu açıklanmaktadır. Bu çalışmanın ve literatürde yer alan diğer araştırmaların sonuçları, gençlerin giyim ürünlerinde markalara olan ilgisini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Marka duyarlılığının tanımından da anlaşılacağı üzere giyimde marka duyarlılığını geliştirmede en önemli faktör psikolojik faktörler olarak görülebilir. Diğer taraftan sosyalleştirme faktörleri içerisinde ön plana çıkan en önemli unsur, ergenlik döneminde arkadaşların önemini ve kıyafetlerin onlarla ilişkilerinde oynadığı rolü doğrulayan akranların etkisi gibi görünmektedir. Bu durum, ergenlerin dahil olmak istediği gruplar tarafından kabul görmeyen ve onaylanmanın öneminden kaynaklanıyor olabilir. Ergenlik döneminde marka duyarlılığında ailenin ve akranların etkisi belirleyici olmasına rağmen, yaş arttıkça bu etkilerin azalması bulgusu eğitim seviyesinin artışına ve yaşa bağlı olarak kişinin yaşam içindeki rollerinin farklılaşması sonucu tüketim davranışlarının değişmesi ile ya da ailelerin çocuklarını marka tercihleri yapma yönünde cesaretlendirmeleri ve marka kararlarına dâhil etmeleri ile açıklanabilir.

Pazarlama uygulayıcıları için, ergenlerin sosyal ve hedonistik karar vermenin oluşumunda gençlik dergileri okuma, sinemaya gitme sıklığı ve internet kullanımının rolü yararlı bir bulgudur. İletişim stratejilerini bu değerlere göre şekillendirerek, gençlik dergilerinde yer alan içerik ve reklamlara, sinema filmlerinde ürün yerleştirme uygulamalarına ve internet mecralarına daha fazla katılım sağlayabilir ve bu da genç izleyiciler arasında olumlu duygusal tepkiler ortaya çıkmasına neden olabilir. Örneğin, ergenler arasında marka duyarlılığı oluşturmak için pazarlamacılar için bir iletişim aracı olarak televizyon reklamlarından ziyade gençlik dergileri gibi basılı medya reklamlarını kullanmaları, internette izledikleri videolarda veya sinema filmlerinde ürün yerleştirme yapmalarının, daha etkili olacağı ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akça, R. P., Baran, G., & Bıçakçı, M. Y. (2011). 15-18 yaş grubu ergenlerde giysi seçimini etkileyen faktörler. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 6(2), 175-186.
- Amine, A. (1998). Consumers' true brand loyalty: the central role of commitment. *Journal of strategic marketing*, 6(4), 305-319, <https://doi.org/10.1080/096525498346577>
- Antil, J. H. (1984). Conceptualization and Operationalization of Involvement, in *NA - Advances in Consumer Research Volume 11*, eds. Thomas C. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, Pages: 203-209.
- Arnett, J. J. (2002). *Readings on adolescence and emerging adulthood*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Ata, A. (2012). *16-24 yaş arası dönemde gençlerin kıyafet seçiminde psikolojik ve sosyolojik etkenler* (Tez No: 325239) [Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Baran, A.G. (2013). Genç ve gençlik: Sosyolojik bakış, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 6-25.
- Beaudoin, P., & Lachance, M. J. (2006). Determinants of adolescents' brand sensitivity to clothing. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34(4), 312-331, <https://doi.org/10.1177/1077727X06286418>
- Beaudoin, P., Lachance, M. J., & Robitaille, J. (2003). Fashion innovativeness, fashion diffusion and brand sensitivity among adolescents. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 7(1), 23-30.
- Brown, B. P., Zablah, A. R., Bellenger, D. N., & Donthu, N. (2012). What factors influence buying center brand sensitivity? *Industrial Marketing Management*, 41(3), 508-520, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.06.008>
- Bruggemann, B. G. (2017). *How We Decide When We Can't Decide: A Study OF Brand Dependency and Brand Sensitivity* (Doctoral dissertation, Ohio University).
- Chang, W. L., Liu, H. T., Lin, T. A., & Wen, Y. S. (2008). Influence of family communication structure and vanity trait on consumption behavior: a case study of adolescent students in Taiwan. *Adolescence*, 43(170), 417-435.
- Cheng, L. C. (2018). Brand sensitivity and consumer buying behavior: An exploratory study of proprietary Chinese medicine. In (Ed. Robert Guang Tian, Tiebing Shi & Adolphus Yee-Yin Wan, ss. 25- 45). *Journal of China Marketing*, 6(2).
- Duncan, B. (2007). Global teens: Marketing, politics and media education. *Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics*, 97-112.
- Ersun, A., & Yildirim, F. (2010). Consumer involvement and brand sensitivity of university students in tehir choice of fashion products. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(1).
- Francis, S. K., & Liu, Q. (1990). Effects of clothing values on perceived clothing deprivation among adolescents. *Perceptual and motor skills*, 71(3_suppl), 1191-1199.
- Gali, J.M. & Coenders, G. (1996). Conceptualizing and measuring brand functions. *Papers ESADE*, 146, 1-31.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of consumer research*, 26(3), 183-213, <https://doi.org/10.1086/209559>

- Kamaruddin, A. R., & Mokhlis, S. (2003). Consumer socialization, social structural factors and decision-making styles: a case study of adolescents in Malaysia. *International Journal of Consumer Studies*, 27(2), 145-156. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2003.00297.x>
- Kamaruddin, A. R., & Mokhlis, S. (2003). Consumer socialization, social structural factors and decision-making styles: a case study of adolescents in Malaysia. *International Journal of Consumer Studies*, 27(2), 145-156. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2003.00297.x>
- Kim, J., & Sung, Y. (2009). Dimensions of purchase-decision involvement: Affective and cognitive involvement in product and brand. *Journal of Brand Management*, 16(8), 504-519.
- Korai, B. (2017). Determinants of African women's brand sensitivity toward cosmetics. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(4), 250-264.
- Lachance, M. J., & Choquette-Bernier, N. (2004). College students' consumer competence: a qualitative exploration. *International Journal of Consumer Studies*, 28(5), 433-442, <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2004.00390.x>
- Lachance, M. J., Beaudoin, P., & Robitaille, J. (2003). Adolescents' brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents. *international Journal of consumer studies*, 27(1), 47-57.
- Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22(1), 41-53. <https://doi.org/10.1177/002224378502200104>
- Lee, J. (1997). *Proximity of clothing to self: Its relationship to self-perception, clothing deprivation and gender among adolescents*. (UMI: 9734146) [Doctoral Dissertation, Michigan State University]. <https://www.proquest.com/docview/304357747?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- Lee, M., Kim, Y., Pelton, L., Knight, D. & Forney, J. (2008). Factors affecting Mexican college students' purchase intention toward a US apparel brand. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 12 No. 3, pp. 294-307. <https://doi.org/10.1108/13612020810889263>
- McNeill, L.S. (2018). Fashion and women's self-concept: A typology for self-fashioning using clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(1), 82-98. <https://doi.org/10.1108/JFMM-09-2016-0077>

- Michael, C. A., & Sotirios, V. (2021). Brand sensitivity in the shopping behaviour on scallions. [Bildiri] In *9TH International Conference on Contemporary Marketing Issues* (ss. 212-221), 3-5 September, International Hellenic University, Greece.
- Moses, E. (2000). *The \$100 billion allowance: Accessing the global teen market*. John Wiley & Sons.
- Nelson, M. R., & McLeod, L. E. (2005). Adolescent brand consciousness and product placements: awareness, liking and perceived effects on self and others. *International Journal of consumer studies*, 29(6), 515-528, <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00429.x>
- Netemeyer, R. G., Burton, S., & Lichtenstein, D. R. (1995). Trait aspects of vanity: Measurement and relevance to consumer behavior. *Journal of consumer research*, 21(4), 612-626. <https://doi.org/10.1086/209422>
- Nistor, L. (2019). Young consumers' fashion brand preferences. An investigation among students in Romania. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, (6), 41-59.
- Odin, Y., Odin, N., & Valette-Florence, P. (2001). Conceptual and operational aspects of brand loyalty: An empirical investigation. *Journal of business research*, 53(2), 75-84, [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00076-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00076-4)
- Park, H. J. (2007). Exploring the role of sensitivity on fashion innovativeness. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(6), 1078-1083.
- Radder, L., & Huang, W. (2008). High-involvement and low-involvement products: A comparison of brand awareness among students at a South African University. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2), 232-243, <https://doi.org/10.1108/13612020810874908>
- Rausch, L. (2002). Cross-cultural analysis of brand consciousness. *Journal of Undergraduate Research*, 5, 55-61.
- Rhee, J., & Johnson, K. K. P. (2012). Investigating relationships between adolescents' liking for an apparel brand and brand self congruency. *Young Consumers*, 13(1), 74-85. <https://doi.org/10.1108/17473611211203957>
- Shah, S. S. H., Aziz, J., Jaffari, A. R., Waris, S., Ejaz, W., Fatima, M., & Sherazi, S. K. (2012). The impact of brands on consumer purchase intentions. *Asian Journal of Business Management*, 4(2), 105-110.
- Shim, S. (1996). Adolescent consumer decision-making styles: The consumer socialization perspective. *Psychology & Marketing*, 13(6), 547-569. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199609\)13:6%3C547::AID-MAR2%3E3.0.CO;2-8](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199609)13:6%3C547::AID-MAR2%3E3.0.CO;2-8)

- Shim, S. (1996). Adolescent consumer decision-making styles: The consumer socialization perspective. *Psychology & Marketing*, 13(6), 547-569, [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199609\)13:6%3C547::AID-MAR2%3E3.0.CO;2-8](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199609)13:6%3C547::AID-MAR2%3E3.0.CO;2-8)
- Shim, S., & Koh, A. (1997). Profiling adolescent consumer decision-making styles: Effects of socialization agents and social-structural variables. *Clothing and Textiles Research Journal*, 15(1), 50-59.
- Sönmez, E. (2009). Giyimde marka bağlılığı ve marka duyarlılığı: Gençler üzerine bir araştırma. (Tez No: 240787) [Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Sprotles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.
- Tuffour, E. N. O. C. H. (2018). *The Impact of Consumers' Perceptions of Brand Positioning on Brand Choice in Ghana's Bottled Water Industry: The Moderating Role of Customer Brand Sensitivity* [Doctoral dissertation, University of Ghana], <http://ugspace.ug.edu.gh/handle/123456789/30892>
- Üral, Ö., & Mutlu, S. (2012). Tüketicilerin giyim tercihlerinde kültürün etkisi; Çorum ili örneği. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 4(7), 103-107.
- Valkenburg, P. M. (2000). Media and youth consumerism. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 52-56.
- Vliet, R. V. (2010). Brand sensitivity: A case for shoes. (UMI no: 296411) [Master thesis, Erasmus University]. <https://www.semanticscholar.org/> adresinden edinilmiştir.
- Wei, Y. (2008). Does consumer ethnocentrism affect purchase intentions of Chinese consumers? Mediating effect of brand sensitivity and moderating effect of product cues. *Journal of Asia Business Studies*, 3(1), 54-66.
- Workman, J. E., & Lee, S. H. (2013). Relationships among consumer vanity, gender, brand sensitivity, brand consciousness and private self-consciousness. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 206-213. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01112.x>
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Familiarity: product use, involvement or expertise?. *ACR North American Advances*. 12(3), 341-352, <https://doi.org/10.1086/208520>