

İKTİSADİ VE İDARİ

BİLİMLERDE ULUSLARARASI ARAŞTIRMALAR - II

Aralık 2022

EDİTÖRLER

DOÇ. DR. MUSTAFA METE

DR. ÖĞR. ÜYESİ ERHAN AKARDENİZ

SERÜVEN
YAYINEVİ

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © Aralık 2022

ISBN • 978-625-6399-07-5

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla

çoğaltılamaz. The right to publish this book belongs to Serüven

Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in

any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Yalı Mahallesi İstikbal Caddesi No:6

Güzelbahçe / İZMİR

Telefon / Phone: 05437675765

web: www.seruyenyayinevi.com

e-mail: seruyenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

İktisadi ve İdari Bilimlerde Uluslararası Araştırmalar-II

Aralık 2022

Editörler

Doç. Dr. Mustafa METE
Dr. Öğr. Üyesi Erhan AKARDENİZ

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1

OPSİYON SÖZLEŞMELERİ VE FİYATLAMA MODELLERİ

Ömer KAYA, Emine KAYA.....1

Bölüm 2

VIX ENDEKSİ VE DOW JONES ENDEKSİ DEĞİŞKENLERİNİN BİST-30 KAPSAMINDA YER ALAN HER BİR HİSSE SENEDİNİN FİYATI ÜZERİNDE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Alp POLAT21

Bölüm 3

DÖNGÜSEL EKONOMİ TABANLI TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Alparslan OĞUZ.....41

Bölüm 4

KARBON SAYDAMLIK PROJESİ AÇIKLAMALARININ MARKA DERECESESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Fikret ÇANKAYA, Bilal GEREKAN, Mahmut KOÇAN63

Bölüm 5

TÜRKİYE’DE VERGİ GELİRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Canan SANCAR, Cebail TELEK, Yusuf Ekrem AKBAŞ.....79

Bölüm 6

TEDARİK ZİNCİR YÖNETİMİNDE SCOR MODELİ, MODA VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE UYUMU

Ece Nüket ÖNDOĞAN, Ziyet ÖNDOĞAN95

Bölüm 7

ÖRGÜTLERDE KURUMSAL İTİBAR ALGISI İLE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE MOTİVASYON ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yasemin YETKİN, Ercan YAVUZ115

Bölüm 8

TÜRK HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN YOLCU TAŞIMACILIĞINDA DİNAMİK FİYAT YÖNETİMİNİN YOLCU MEMNUNİYETİ VE SADAKATI İLE İLİŞKİSİ

Muhammed Talha NARCI, Fatih KARAMAN145

Bölüm 9

ADİL FİYAT KAVRAMI: TEORİ VE EKONOMİ POLİTİK

Gizem MUSUL173

Bölüm 10

KAPİTALİZMDE POLİTİK AKTÖR OLARAK ULUSÖTESİ ŞİRKETLER VE COVID-19 PANDEMİSİ

İlteriş TURAN.....191

Bölüm 11

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Mehmet Ozan CİNEL, Tuncay ODABAŞ.....205

Bölüm 12

TÜRKİYE’DE İKİNCİ EL OTOMOBİL PİYASASININ MEVCUT DURUMU VE AMPİRİK BİR UYGULAMA

Mehmet POLAT227

Bölüm 13

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KALKINMA PROGRAMI SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ DOĞRULTUSUNDA AB ÜLKELERİ VE TÜRKİYE’NİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Mustafa Cem KIRANKABEŞ251

Bölüm 14

TÜRKİYE’NİN YEŞİL BÜYÜME ENDEKSİNDEKİ PERFORMANSININ İNCELENMESİ: OECD ÜLKELERİ İLE KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Mustafa ZUHAL, Serkan CANTÜRK285

Bölüm 15

ÇEVRESEL, SOSYAL VE YÖNETİŞİM (ESG) SÜRECİ VE FİNANSAL PERFORMANS İLİŞKİSİ: BİST30 ÖRNEĞİ

Oğuz SAYGIN, Yasemin AYNACI, Esmâ EKİCİ305

Bölüm 16

ÖRGÜTLERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN SAĞLANMASINDA DİJİTAL ZİHNİYETİN ÖNEMİ

Olgun Irmak ÇETİN331

Bölüm 17

MEKÂNSAL İMGE: KEVIN LYNCH

Özge ÜNVER DİRLİK347

Bölüm 18

TÜRKİYE’DE AR-GE’YE YÖNELİK VERGİ TEŞVİKLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Selçuk TEKİN359

Bölüm 19

ÇEVRE MUHASEBESİ: KARS İLİNDE BİR UYGULAMA

Kadir DENİZ, Seyhan ÖZTÜRK387

Bölüm 20

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNE MODERN STRATEJİ YANSIMALARI: YETENEK YÖNETİMİ AÇISINDAN KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Yeliz BULUT, Sibel ÖZDEMİR407

Bölüm 21

BEYAZ, MAVİ, GRİ VE PEMBE YAKA ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE MUTLULUK DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Zübeyir ÖZÇELİK421

Bölüm 22

TÜRKİYE’DE FİNANSAL GELİŞMİŞLİĞİN İHRACAT PERFORMANSINA ASİMETRİK ETKİSİ

Dilşad Tülgen ÇETİN439

Bölüm 23

ÇEVRESEL KUZNETS EĞRİSİ HİPOTEZİ: TÜRKİYE ANALİZİ (1970-2018)

Süleyman AÇIKALIN, Alaattin ÜNEL463

Bölüm 24

ÖRGÜTSEL İLETİŞİM KALİTESİ ÖLÇÜMÜ İÇİN BİR İNCELEME ARACI ÖNERİSİ

Ulvi Cenap TOPÇU491

“

Bölüm 1

OPSİYON SÖZLEŞMELERİ VE FİYATLAMA MODELLERİ

Ömer KAYA¹

Emine KAYA²

”

1 Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, omer.kaya28@ogr.sakarya.edu.tr, Orcid No:0000-0002-1211-0341

2 Öğr. Gör. Dr., Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, sauemineguler@gmail.com.tr, Orcid No: 0000-0002-1823- 162X

GİRİŞ

Şirketler faaliyetlerini yürütürken sistemden ya da şirkete özgü özelliklerden kaynaklanan bir takım risklerle karşı karşıya kalmaktadır. Günümüzde özellikle şirketlerin faaliyet alanlarının büyümesi, işlem hacimlerinin ve rakiplerinin artması, faaliyetlerinin uluslararası boyut kazanmasıyla beraber bu riskler artmıştır. Çeşitlendirme ile şirkete özgü risklere karşı koruma sağlanırken, şirketin içerisinde faaliyette bulunduğu ekonomik sistemden kaynaklı risklere (faiz, kur ve enflasyon riski gibi) karşı korunmada türev araç kullanımı önemli bir alternatiftir. Bireysel yatırımcılar için de pozisyonlarından kaynaklanan risklere karşı korunmada türev ürünler kendilerini güvence altına alma bakımından önem arz etmektedir. Türev araçlar, iki taraf arasında özellikleri önceden belirlenmiş bir ya da birden fazla varlığın gelecekteki değerine bağlı olarak alım satımının bugünden yapılması amacıyla düzenlenen finansal enstrümanlardır (Ersoy, 2011: 64) ve döviz, faiz, altın, emtia, hisse senedi gibi birçok dayanak varlık üzerine düzenlenebilmektedir. Bu enstrümanların kullanım amacı, finansal bir ürün ya da varlığın gelecekteki fiyat belirsizliğinin veya değişkenliğinin azaltılması ya da kontrol altına alınmasıdır.

Türev araçlar arasında önemli bir yere sahip olan opsiyonlar, alıcısına peşin ödediği opsiyon primi karşılığında, belli bir varlığın (ekonomik ya da finansal gösterge, sermaye piyasası aracı, değerli maden, döviz veya emtia) belli bir fiyat ile belli bir tarihte satın alma ya da satma hakkı veren finansal enstrümanlardır ve söz konusu hakka sahip olan kişilere seçim şansı sunmaktadır. Hakkın kullanılması noktasında kişilerin herhangi bir zorunluluğu bulunmamakta ve hak sahibinin seçme hakkına karşı taraf uyumla yükümlüdür. Opsiyon kullanılmadığı durumda hak sahibinin riski veya kaybı ödenen primle sınırlı iken, bu prim opsiyon sözleşmesini satan tarafın kârı olmaktadır. Riskten korunma ve risk transferi noktasında avantajlar sunan opsiyon sözleşmeleri ve fiyatlanması önem arz etmektedir. Bu çalışmada öncelikle teorik çerçevede opsiyon sözleşmeleri, tarihsel süreci, türleri, fiyatlanması ve opsiyon fiyatlamada kullanılan modeller, opsiyon stratejileri ve opsiyon fiyat duyarlılık parametreleri açıklanmıştır. Sonrasında Google Akademik ve DergiPark veri tabanları üzerinden 2012-2022 dönemi özelinde Türkiye’de opsiyon fiyatlama modelleri kullanılarak yapılan ampirik araştırmalar incelenmiştir.

1. Opsiyon Sözleşmelerinin Tarihi

Bugünden geleceğe dönük sözleşme yapma fikrini hayata geçiren en önemli örnek Yunanlı filozof Thales’dir. Astronomiyle ilgilenen Thales, hava durumunu inceleyerek gelecek mevsimde zeytinin yüksek ürün vereceğini tahminlemiş ve Pres sahipleri ile zeytinlerin preslenmesi için, hasat zamanından önce anlaşma yapmıştır. Zeytinin hasat vaktinde ürünün fazla

olması ile zeytin preslerine talep arttığından, daha önceden kiraladığı presleri yüksek fiyattan, talep edenlere kiralarak ciddi bir kâr elde edilmiş ve bu anlaşma bilinen ilk opsiyon sözleşmesi olmuştur (Bak, 2009: 43-44).

Eski Roma ve Yunan'da bilinmesine karşın gerçek manadaki ilk opsiyon sözleşmeleri 17. yy'da Hollanda'da başlayan lale çılgınlığıyla başlamıştır. Lale, bu sözleşmelere konu dayanak varlık olmuş ve gerçek değerinin bin katından fazla bir fiyatla spekülâtif bir mal olarak işlem görmüştür. Lale üreticileri bu büyük kâr marjları karşısında lale fiyatların düşmesi durumunda alıcıların kâr edebileceği opsiyon sözleşmeleri satmaya başlamıştır. Ancak fiyatların düşüşüyle birlikte satılan opsiyonların gerekleri yerine getirilemediğinden üreticiler iflas etmiştir (Yumurtacı, 2012: 6).

17. ve 18. yüzyıllarda önce Hollanda'da lale soğanları, sonrasında İngiltere'de North Sea şirketinin hisseleri üzerine yazılan opsiyonlar, takas sırasında tarafların yükümlülüklerini yerine getirememesi nedeniyle opsiyon piyasalarının zarar görmesine ve opsiyon alım- satım işlemlerinin kanun dışı ilan edilmesine yol açmıştır. 1900'lerin başında bir kaç şirket "Satım ve Alım Opsiyonu Broker ve Dealerları Derneği" kurmuşlardır. Opsiyon alıcı ve satıcılarını hedefleyen kuruluş, karşı tarafın pozisyonunu taraf bulunmadığında üstlenmiştir. Somut bir kuruluş olmasına karşın likidite ve kredi problemi nedeniyle işlem maliyetleri yüksek seyretmiştir (Tekbacak, 2010: 4).

Opsiyon piyasalarının miladı kabul edilen 1973'te Şikago Ticaret Borsası, hisse senetleri üzerine yazılı opsiyon alım satımını yapmak üzere Şikago Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasını bu yılda açmış, organize borsalarda opsiyonlar işlem görmeye başlamıştır. Kısa sürede bu borsalarda yabancı para, tahvil, emtia ve borsa endekslerine dayalı opsiyonlar da yaygın bir şekilde alınmaya ve satılmaya başlanmıştır (Chambers, 2009: 57). Opsiyon piyasalarının kurumsal bir kimlik kazanmasıyla beraber yatırımcıların dikkatini çekebilmek için 1990'lı yıllarda yeni ve karmaşık ürünler geliştirilmiştir (Poitras, 2008: 10). Günümüzde ise alternatif yatırım fırsatları sunan vadeli işlemler ve opsiyon borsaları bulunmaktadır. Ülkemizde ise Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası A.Ş. 2002 yılında kurulmuş, 2005 yılında ise bu borsada işlemler yapılmaya başlanmıştır.

2. Opsiyon Kavramı

Değeri başka bir varlığın (sözleşmeye esas olan dayanak varlık) değerine paralel olarak değiştiğinden opsiyonlar türev ürünler kategorisinde yer almaktadır. Opsiyon kavramı Latince kökenli olup seçmek, seçme manasına gelmektedir. Finansal açıdan opsiyon, alıcısına peşin ödediği opsiyon primi karşılığında, belli bir varlığın (ekonomik ya da finansal gösterge, sermaye piyasası aracı, değerli maden, döviz veya emtia) belli bir fiyat ile belli bir tarihte satın alma ya da satma hakkı veren sözleşmelerdir. Tanım-

dan da açıkça anlaşılacağı üzere opsiyon sözleşmeleri söz konusu hakka sahip olan kişilere seçim şansı sunmaktadır. Hakkın kullanılması noktasında kişilerin herhangi bir zorunluluğu bulunmamaktadır ve hak sahibinin seçme hakkına karşı taraf uymakla yükümlüdür. Opsiyon kullanılmadığı durumda hak sahibinin (opsiyon sözleşmesini alan tarafın) riski veya kaybı ödenen primle sınırlı iken, bu prim opsiyon sözleşmesini satan tarafın (opsiyon satıcısının) kârı olmaktadır.

3. Opsiyon Sözleşmeleriyle İlgili Temel Kavramlar

Opsiyon Sözleşmelerinde Taraflar

Opsiyon işlemlerinde alıcı ve satıcı olmak üzere iki taraf bulunmaktadır. Opsiyon alıcısı, opsiyonun fiyatını (prim) ödeyerek opsiyon sözleşmesinde yer alan haklardan faydalanma hakkını satın alan gerçek ya da tüzel kişidir. Opsiyon satıcısı (opsiyon yazıcısı) ise, opsiyonun fiyatını (prim) alıcıdan alarak opsiyon sözleşmesinde yer alan hakları, alıcının opsiyonu kullanması durumunda, yerine getirme sorumluluğunu alan gerçek ya da tüzel kişidir.

Dayanak Varlık

Opsiyonların değerini temsil ettiği varlık olarak tanımlanan dayanak varlık; belli miktardaki emtia, finansal enstrüman, ekonomik bir gösterge ve hatta hava durumu (VİOP kılavuzunda dayanak varlığın somut bir varlık olmayabileceği, hava durumunun bile dayanak varlık olarak gösterilebileceği belirtilmiştir) olabilir. Emtia, döviz, endeks, pay senedi ve vadeli işlem sözleşmeleri, opsiyon sözleşmeleri için en yaygın kullanılan dayanak varlıklardır (Hull, 2009).

Opsiyon Kullanım Fiyatı

Opsiyon kullanım fiyatı, opsiyona konu dayanak varlığın, sözleşmede belirlenen ve alım ya da satım fiyatıdır. Borsa opsiyonlarında bir varlıkla ilgili çok sayıda kullanım fiyatı verilebilmekte ve bu fiyatlar belirli periyodlarla spot fiyatın (cari değerin) üstünde veya altında seyredebilmektedir. Örneğin; opsiyon yazanların beklentilerinin farklı olması nedeniyle, bir hisse senedine ait farklı kullanım fiyatlı farklı opsiyonlar yazılabilir. Ancak kullanım fiyatına göre prim de farklılaşmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 570).

Opsiyon Fiyatı/Primi

Dayanak varlığı alma ya da satma hakkına sahip olma karşılığında sözleşmeyi satın alan tarafın, sözleşmeyi satan tarafa anlaşmanın başında peşin olarak ödediği bedeldir (Tekbacak, 2010). Alıcının satın alma hakkını kullanmadığı durumda kendisine prim bedeli geri ödenmez. Günümüzde opsiyon işlemlerinin yapıldığı piyasalarda opsiyon fiyatı (prim,) dayanak

varlığın gelecekteki fiyat hareketi tahminlerine göre belirlenmekte ve günlük olarak dalgalanma göstermektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2008: 317).

Opsiyonun Vadesi (Opsiyon İşlem Tarihi)

Opsiyonun vadesi, sözleşmede üzerinde anlaşılan ve opsiyonun kullanılabilceği en son gün ya da tarihtir. Bu tarih tezgâhüstü piyasalarda taraflar arasında belirlenirken, organize piyasalarda belirli vadelerde yapılmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2008: 319).

4. Opsiyon Türleri

Opsiyonlar alıcısına sağladığı haklar, opsiyona konu dayanak varlık, opsiyonun işlem gördüğü piyasa, opsiyon hakkının kullanım esnekliği ve opsiyonun kullanım ve spot fiyatı karşılaştırması açısından beş ana başlıkta sınıflandırılabilir.

Alıcısına Tanıdığı Haklar Açısından Opsiyonlar

Opsiyonlar, alıcısına sağladığı haklar açısından alım ve satım olmak üzere iki başlıkta sınıflandırılmaktadır. Alım opsiyonu (call option), sözleşmeye konu olan varlığı belli bir tarihte veya belli bir tarihe kadar, sözleşmede belirtilmiş fiyattan, opsiyon primi ödeyerek, satın alma hakkı sağlayan opsiyondur. Alım opsiyonuna sahip kişi, sözleşmeye konu dayanak varlığın sözleşmede belirtilen fiyatının, söz konusu varlığın cari piyasadaki fiyatından düşük olacağı beklentisiyle alım opsiyonu satın alır ve beklentisinin gerçekleşmesi durumunda alım hakkını kullanma yoluna gidebilir (Bak, 2009: 49).

Satım opsiyonu (put option) ise belli bir varlığı belli bir tarihte veya belli bir tarihe kadar, sözleşmede belirtilmiş fiyattan, opsiyon primi ödeyerek satma hakkı tanıyan opsiyondur. Satım opsiyonu alan taraf, sözleşmeye konu dayanak varlığın fiyatının ileride düşeceğini beklemektedir ve beklentisinin gerçekleşmesi durumunda satım opsiyonunun kendisine tanıdığı satma hakkını kullanabilir.

Dayanak Varlık Açısından Opsiyonlar

Özellikleri itibarıyla bütün türev sözleşmelerine konu olan gerçek veya finansal bir dayanak varlık bulunmaktadır. Opsiyonlar da türev sözleşmeler arasında yer aldığından tıpkı türev ürünler gibi çok çeşitli finansal veya gerçek varlıklar sözleşmelerde dayanak varlık olabilmektedir. Başlıca türleri; emtia, altın, hisse senedi, faiz, döviz, vadeli işlem ve endeks opsiyonlarıdır.

Opsiyonların ilk çıkışından beri fiziki bir varlığa dayalı yapılan sözleşmeler en yaygın kullanılan opsiyon türlerinden olmuştur. Günümüzde ise pamuk, buğday, altın, gümüş gibi pek çok fiziki varlık üzerine organize veya tezgâhüstü borsalarda opsiyon sözleşmesi yapılabilmektedir.

İşlem Gördüğü Piyasa Açısından Opsiyonlar

Opsiyonlar işlem görülen piyasalar bakımından organize piyasalarda ve tezgâhüstü piyasalarda işlem gören opsiyonlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Borsa opsiyonları olarak adlandırılan organize piyasalarda işlem gören opsiyonların en önemli özelliği; tezgâhüstü piyasalardan farklı olarak standartlaştırma, halka açık fiyatlandırma, takas merkezi, teminat sistemi ve likidite kolaylığı gibi özelliklere sahip olmalarıdır. Tezgâhüstü piyasalarda işlem gören opsiyonlar ise ihtiyaçlara göre tasarlanabilme özelliğine sahip olduklarından daha esneklerdir (Ceylan, 2002: 323).

Opsiyon Hakkının Kullanım Esnekliği Açısından/Vadelerine Göre Opsiyonlar

Opsiyona konu dayanak varlığın alım/satım hakkının sadece vade sonunda kullanımına izin veren dolayısıyla yatırımcıya söz konusu hakkın kullanımına yönelik sınırlandırma getiren sözleşmeler Avrupa tipi opsiyon sözleşmeleri; opsiyona konu dayanak varlığın alım veya satım hakkının opsiyonun yazıldığı tarih ile vade tarihi arasında istenilen bir zamanda kullanımına izin veren sözleşmeler ise Amerikan tipi opsiyon sözleşmeleri olarak tanımlanmaktadır. Amerikan tipi opsiyon sözleşmeleri alıcısına sunduğu esneklik yatırımcılar tarafından daha çok tercih edilmekte dolayısıyla borsalarda işlem gören opsiyonların büyük bir çoğunluğunu oluşturmaktadır.

Kullanım ve Spot Fiyatı Karşılaştırması Açısından/Kârlılık Açısından Opsiyonlar

Opsiyonlar alıcısına sağladığı kazanç bakımından kârda, zararda ya da başabaş opsiyonlar olarak üçe ayrılmaktadır. Kullanım fiyatı ile spot fiyat (cari değer) arasındaki ilişki opsiyonun tarafları açısından olumlu veya olumsuz olabilmektedir. Alım opsiyonlarında kullanım fiyatının opsiyonun dayanak varlığının spot fiyatından düşük olması durumunda; satım opsiyonlarında ise yüksek olması durumunda kâr söz konusu olmaktadır. Aksi durumda da zarar durumu olacaktır. Kullanım fiyatının spot fiyata eşit olması durumunda başabaş opsiyon söz konusu olmaktadır. Alım ve satım opsiyonlarının kâr-zarar durumları şöyledir (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 578):

Kârda Opsiyon:

Alım Opsiyonu: Spot Fiyat > Kullanım Fiyatı

Satım Opsiyonu: Kullanım Fiyatı > Spot Fiyat

Zararda Opsiyon:

Alım Opsiyonu: Kullanım Fiyatı > Spot Fiyat

Satım Opsiyonu: Spot Fiyat > Kullanım Fiyatı

Gerçek hayatta opsiyon primi de hesaba katılabilir, bu durumda alım opsiyonları için kullanım fiyatı artı opsiyon primi toplamının spot fiyattan düşük; satım opsiyonlarında ise kullanım fiyatı eksi opsiyon primi farkının spot fiyattan yüksek olduğu durumlar gerçek kârlılığı göstermektedir (Hull, 2009).

5. Opsiyon Fiyatı Kavramı ve Opsiyon Sözleşmelerinde Fiyatlandırma

Ödenecek primi ifade eden opsiyon fiyatı kavramı, opsiyon sözleşmesini satan tarafın sözleşmeye konu dayanak varlıkta meydana gelen değişikliklere karşı, opsiyon sözleşmesi satın alan taraftan talep ettiği ücret olarak ifade edilir. Sözleşmeyi satın alan taraf bu ücreti peşin öder ve hiçbir koşulda bu tutar geri iade edilmez.

Bir opsiyonun fiyatı (opsiyon primi) içsel (gerçek) değer ve zaman değerinin toplamından oluşmaktadır. İçsel değer, dayanak varlığın spot piyasa fiyatı ile opsiyonun kullanım fiyatı arasındaki farka eşittir. İçsel değeri etkileyen tek faktör, bu iki fiyat arasındaki açıklıktır. Opsiyonun türü (alım opsiyonu mu satım opsiyonu mu?), sözleşmeye konu dayanak varlığın kullanım fiyatı ve dayanak varlığın spot piyasadaki fiyatı, opsiyonun gerçek değerini oluşturan faktörlerdir. Opsiyonu satın alan tarafın dayanak varlığın fiyatındaki belirsizlik için belirlediği fiyat ise opsiyonun zaman değerini ifade etmektedir. Opsiyonun zaman değeri içsel değerinin üstünde ödenen farktır. Bu farkın ödenmesinin temel gerekçesi, alıcıların fiyata yönelik beklentileridir.

Cari piyasa fiyatı 10 TL olan hisse senedini ele alalım, hisse senedi üzerine yazılı 9,5 TL kullanım fiyatı olan bir opsiyon sözleşmesine yatırımcı tarafından 0,8 TL prim ödendiği varsayıldığında; içsel değer 0,5 TL (10-9,5), geri kalan 0,3 (0,8-0,5) TL ise opsiyonun zaman değeridir.

Hull'a (2009) göre opsiyon fiyatlarını etkileyen altı temel değişken;

- Kullanım fiyatı,
- Dayanak varlığın spot fiyatı,
- Dayanak varlığın volatilitesi,
- Opsiyonun vadesine kadarki sürede beklenen ödemeler,
- Vadeye kalan süre ve
- Risksiz faiz oranı'dır.

Kullanım (Uygulama/Anlaşma) Fiyatı: Opsiyonun spot piyasadaki fiyatı ile opsiyonun sözleşmede belirlenen kullanım fiyatı arasındaki fark, opsiyonun içsel değerini belirler. Opsiyonun içsel değerinin artması opsiyon primini (opsiyon fiyatı) de arttırır.

Alım Opsiyonlarında Opsiyon Fiyatı (Opsiyon Primi)= Spot Fiyat - Kullanım Fiyatı,

Satım Opsiyonlarında Opsiyon Fiyatı (Opsiyon Primi)= Kullanım Fiyatı - Spot Fiyat olduğundan; alım opsiyonlarında opsiyon primi ile kullanım fiyatı negatif ilişkiliyken, satım opsiyonlarında tam tersi ilişki söz konusudur (Hull, 2009).

Dayanak Varlığın Spot Fiyatı: Opsiyon işlemi vadeli bir işlem olduğu için, fiyatına etki eden en önemli değişken opsiyona konu dayanak varlığın spot piyasadaki fiyatı yani peşin fiyatıdır. Çünkü opsiyona konu dayanak varlığın peşin piyasadaki fiyatında meydana gelen her değişiklik prime anında yansımaktadır (Akçay, Kasap, Doğuç ve Kasap, 2012: 182-183).

Dayanak varlığın piyasa fiyatında meydana gelen her değişiklik, opsiyonun fiyatını değiştirecektir. Alım opsiyonu için, dayanak varlığın spot fiyatı arttıkça diğer değişkenler sabit olmak şartıyla, opsiyonun fiyatı artarken; satım opsiyonunda ilgili dayanak varlığın spot fiyatı arttıkça opsiyonun fiyatı azalmaktadır (Chambers, 2009: 92).

Dayanak Varlığın Volatilitesi: Volatile (oynaklık) ile zaman içerisinde opsiyona konu varlığın peşin piyasadaki fiyatında görülen dalgalanmanın büyüklüğü ve sıklığı kastedilmektedir. Opsiyonun fiyatına etki eden diğer faktörler değişmez kabul edildiğinde opsiyona konu varlığın fiyatındaki değişkenlik arttıkça opsiyonun fiyatı da artmaktadır. Çünkü fiyat değişkenliği arttıkça opsiyonun kullanılma tarihinde satıcının maruz kalabileceği zararın (veya alıcının elde edebileceği kârın) gerek oranı gerek de ihtimali artmaktadır. Bu yüzden görece olarak fiyat değişkenliği yüksek bir dayanak varlık üzerine yazılmış olan bir opsiyonun fiyatının da görece yüksek olması doğaldır.

Opsiyonun Vadesine Kadarki Sürede Beklenen Ödemeler: Temettü yalnızca hisse senedi ve endeks opsiyonları için dikkate alınması gereken bir değişkendir. Kâr payı dağıtımı hisse senedinin fiyatını düşüren bir faktör olduğundan, alım opsiyonlarında kâr dağıtımı opsiyon fiyatını azaltıcı; satım opsiyonlarında ise opsiyon fiyatını arttırıcı etki göstermektedir. Ancak kâr payı dağıtımının hisse senedi fiyatı ve opsiyon primi üzerindeki söz konusu etkisi, kâr payımı dağıtım tarihinden önceki belli bir zaman aralığı ile sınırlı olup sürekli bir etki değildir (Hull, 1997: 158).

Vadeye Kalan Süre: Vadeye kalan süre uzun olduğunda ileriye yönelik fiyat tahminleri güçleşeceğinden vadeyle artan risk sebebiyle yatırımcı riskten korunmak için ek prim talep etmekte ve opsiyon fiyatı yükselmektedir. Dolayısıyla vadeye kalan süre uzadıkça gerek alım gerek satım opsiyonunda olsun opsiyon fiyatı artmaktadır.

Risksiz Faiz Oranı: Risksiz faiz oranının opsiyon fiyatı üzerindeki etkisi iki şekilde açıklanabilir. Birincisi opsiyonun sağladığı alım ya da satım hakkını elde edebilmek için ödenen fiyat yani opsiyon primi peşin ödendiğinden bu tutarın alternatif yatırımlarda değerlendirilebilmesi durumunda elde edilebilecek yatırım gelirinden mahrum kalınacağından ötürü risksiz faiz oranı opsiyon fiyatını etkilemektedir. İkincisi risksiz faiz oranındaki artış anlaşıma fiyatının bugünkü değerinin azaltacağından zira opsiyon sözleşmesinin vadeli değeri olan gelecek değer bugüne indirgenmesinde kullanılan piyasa faiz oranının bileşenlerinden biri de risksiz faiz oranıdır. Dolayısıyla risksiz faiz oranındaki artış, kullanım fiyatının bugünkü değerini azaltarak satım opsiyonunun fiyatının düşmesine, kullanım fiyatının bugünkü değerini azaltarak alım opsiyonunun fiyatının yükselmesine neden olmaktadır (Saltoğlu, 2019: 37).

Tablo 1. *Opsiyon Fiyatını/Primini Etkileyen Faktörler*

Faktörler	Opsiyon türü	
	Alım	Satım
Kullanım fiyatı (opsiyonun içsel değerini oluşturan faktör)	-	+
Dayanak varlığın spot fiyatı (opsiyonun içsel değerini oluşturan faktör)	+	-
Dayanak varlığın volatilitesi (opsiyonun zaman değerini oluşturan faktör)	+	+
Opsiyonun vadesine kadarki sürede beklenen ödemeler (opsiyonun zaman değerini oluşturan faktör)	-	+
Vadeye kalan süre (opsiyonun zaman değerini oluşturan faktör)	+	+
Risksiz faiz oranı (opsiyonun zaman değerini oluşturan faktör)	+	-

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

6. Opsiyon Stratejileri

Opsiyonlarda bazı stratejiler uygulanarak alım ve satım yapılabilir. Yatırımcılar aynı anda birçok farklı opsiyon sözleşmesi kullanarak riski sınırlandırabilmekte veya maliyetleri düşürerek yüksek getiri elde edebilmektedir (Yumurtacı, 2013: 10). Yatırımcıların söz konusu avantajlardan yararlanabilmeleri için kullanabilecekleri dört temel opsiyon stratejisi bulunmaktadır. Söz konusu stratejilerin detaylarına aşağıda yer verilmiştir.

Spreads: Spread, eş anlı olarak vadeleri ya da kullanım fiyatları farklı opsiyonlardan birinin satın alınması diğerinin satılmasını ifade etmektedir (Dönmez ve diğ., 2002: 140). Bu stratejide bir pozisyonda alıcı, diğer bir pozisyonda satıcı olunarak riskin sınırlandırılması sağlanmaktadır. Örneğin, dayanak varlığın hisse senedi olduğu bir opsiyon sözleşmesinde uzun pozisyonda (alıcı) meydana gelebilecek muhtemel kayıplar (hisse senedi fiyatında düşüş), kısa pozisyonda (satıcı) meydana gelebilecek kazançla

telafi edilebilir. Ancak kazancın kayıptan yüksek olup olmama durumu da söz konusu olabilmektedir.

Straddle: Straddle, hem vadesinin hem de kullanım fiyatının aynı olan bir alım bir de satım opsiyonunun satın alınması ya da bir alım bir de satım opsiyonunun satılması şeklinde oluşturulan; fiyatlarda aşağı ve yukarı yönlü değişimler beklendiği ancak değişimin yönünün tahminlenemediği durumlarda kullanılan bir stratejidir. Bu strateji, fiyatlarda hem yükseliş hem de düşüş meydana gelmesi halinde kazanç sağlama imkânı sunarak çifte koruma sağlamaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 589).

Straps ve Strips: Straps, yatırımcının vade ve kullanım fiyatları aynı olan bir satım iki alım opsiyonunu aynı anda satın almasıdır. Strips ise strapsın iki satım bir alım opsiyonu bileşimidir (Ersan, 1997: 123).

Strangles: Strangle, kullanım fiyatları farklı ancak vadeleri aynı olan alım ve satım opsiyonlarının satın alınması ya da satılması ile oluşturulan stratejidir (Yumurtacı, 2013: 22).

7. Opsiyon Fiyatlama Modelleri

Uygulamada pek çok opsiyon değerlendirme modeli olmakla beraber en yaygın bilinen iki modelden biri Black–Scholes Opsiyon Fiyatlama Modeli diğeri ise Binominal Opsiyon Fiyatlama Modeli'dir. Her iki modele ait detaylara aşağıda yer verilmiştir (Ersen, 2019: 26-29).

Black–Scholes Opsiyon Fiyatlama Modeli

Model 1973 yılında ağırlıklı olarak Avrupa tipi satın alma opsiyonlarının fiyatlaması için Fischer Black (Chicago Üniversitesinden) ve Myron Scholes (MIT'den) tarafından Avrupa tipi ve kâr payı ödemeyen hisse senetlerine dayalı opsiyonların fiyatının belirlenmesi amacıyla geliştirilmiştir. Bu model ayrıca yatırımcının mevcut pozisyonuna ait riskini yönetebilmesi noktasında bilgiler de sunarak opsiyon fiyatının hesaplanmasına ek olarak opsiyonun hedge edilmesini de sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle bu model hem opsiyon fiyatını hesaplamakta hem de opsiyonun riskten korunmasını sağlamaktadır. Merton aynı yıl opsiyon sözleşmesine konu dayanak varlığın kâr payı dağıtımını yaptığı varsayımın da modele dahil ederek Temettülü Black-Scholes opsiyon fiyatlama modelini geliştirmiştir. Bu sebeple Black-Scholes modelinin formülü temettülü ve temettüsüz olmak üzere iki ayrı başlıkta ele alınmıştır (Ersen, 2019: 26-27).

Black Scholes modelinin varsayımları şöyledir (Kapusuzoğlu ve Ceylan, 2018: 212):

✓ "Piyasa koşullarının düzgün bir şekilde işlediği varsayılmaktadır. Tarafların alım satımda katlandıkları herhangi işlem maliyeti ve vergi ücreti yoktur.

✓ Dayanak varlık için herhangi bir temettü ödemesi yapılmadığı varsayılmaktadır.

✓ Yapılan işlemlerde arbitraj imkânı bulunmamaktadır.

✓ Risksiz faiz getirisi değişmemektedir. Yatırımcılar bu oran üzerinden istedikleri miktarda borç verebilmektedir.

✓ Risksiz faiz oranı ve volatilité sabittir.

✓ Talep edilen miktarlarda dayanak varlık temin edilebilmektedir”.

Temettüsüz Black-Scholes Opsiyon Fiyatlama Modeli

Black-Scholes modeline ait formülün eşitlikleri kısa ve değişken sayısı az olduğundan uygulaması kolaydır. Opsiyonların fiyatlanması için önerilen ve reel (gerçek) yatırım projelerine de uygulanabilen Black-Scholes Modelinin matematiksel formülü şöyledir; (Ersen, 2019: 26-27).

$$C = S_0 N(d_1) - K e^{-rt} N(d_2)$$

$$P = K e^{-rt} N(-d_2) - S_0 N(-d_1)$$

$$d_1 = [\ln(S_0/K) + (r + (\sigma^2 / 2)T)] / \sigma\sqrt{T}$$

$$d_2 = [\ln(S_0 / K) + (r - \sigma^2 / 2)T] / (\sigma\sqrt{T}) = d_1 - \sigma\sqrt{T}$$

Modeldeki değişkenler sırasıyla;

C : Alım opsiyonunun fiyatını,

P: Satım opsiyonunun fiyatını,

S : Dayanak varlığın spot piyasa fiyatını,

K : Opsiyon sözleşmesinin kullanım fiyatını,

r : Risksiz faiz oranını (sürekli bileşik faiz oranı),

e : Sabit sayıyı (2.71828),

T : Vadeye kalan süreyi,

σ : Dayanak varlık fiyat oynaklığını/volatilitesini (bağlı bulunan varlığın getirisinin standart sapması)

N(d): Kümülatif standart normal dağılım. Basit bir anlatımla bir opsiyonun kârda sonlanma olasılığını ifade etmektedir. Basit bir anlatımla bir opsiyonun kârda sonlanma olasılığını ifade etmektedir. Opsiyonun uygulama ihtimalinin yüksek olması durumunda N(d)’nin bire yakın olduğu varsayılır ve alım opsiyonunun değeri düzeltilmiş içsel değere eşit olur (Karan, 2022:712-714). N(d) terimi sıfıra yaklaştığında opsiyonun uygulanmayacağı yorumu yapılabilir.

Paydaki $\ln(S_0/K)$ terimi opsiyonun kârda yada zararda olma yüzdesini verir.

$\sigma\sqrt{T}$ kavramı opsiyonun ömrü boyunca hisse senedinin oynaklığına bağlı olarak kârda ya da zararda kalma tutarını ayarlamaktadır. Hem hisse senedinin getirilerinin oynaklığı hem de vadeye kalan süre oldukça küçükse, belirli bir yüzde oranına göre kârdaki bir opsiyon kârda kalmaya devam edecektir (Karan, 2022: 712-714).

Formüldeki opsiyonun piyasa değerinin standart sapması ile gerçek değer standard sapmasını birbirine eşitleyen standart sapmadır. Gerçek standart sapmalar ima edilen oynaklıktan daha fazlaysa, o opsiyonun alınabileceği düşünülür. Uzmanlar düşük ima edilen oynaklığa sahip opsiyonları almakta, yüksek ima edilen oynaklığa sahip opsiyonları satmaktadır (Karan, 2022: 714-715).

Temettülü Black-Scholes Opsiyon Fiyatlama Modeli

Merton 1973 yılında Black-Scholes opsiyon fiyatlama modelinin kâr dağıtımı olması durumunda da kullanabilmesine imkân tanıyacak şekilde modeli geliştirmiştir. Temettülü Black-Scholes opsiyon fiyatlama modeli olarak bilinen bu modelde, temettüsüz modele ilave olarak modele temettü dağıtımından sonraki nakit akışları ya da menkul kıymetin değer kaybının derecesini ifade etmek için “ δ ” değişkeni kullanılmıştır.

$$C = S_0 e^{-\delta T} N(d_1) - K e^{-rT} N(d_2)$$

$$P = K e^{-rT} N(-d_2) - S_0 e^{-\delta T} N(-d_1)$$

$$d_1 = [\ln(S_0/K) + (r + (\sigma^2 / 2)T)] / \sigma \sqrt{T}$$

$$d_2 = [\ln(S_0 / K) + (r - \delta + \sigma^2 / 2)T] / (\sigma \sqrt{T}) = d_1 - \sigma \sqrt{T}$$

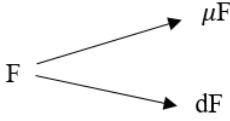
Temettü ödemeleri opsiyonun erken uygulanması olasılığını arttırmaktadır. Bu model temettünün bugünkü değerinin hisse senedi fiyatından düşülmesi gerektiğini öne sürmektedir. Burada opsiyonun türüne (avrupa tipi ya da amerikan tipi) göre opsiyonun uygulamaya koyulacağı zamana dikkat edilmesi gerekmektedir. Temettü ödeme tarihinden önce uygulanan opsiyonun şimdiki değeri, vadeye kadar tutulan opsiyondan fazla olabilmektedir (Karan, 2022: 715).

Binominal Opsiyon Fiyatlama Modeli

“Opsiyon fiyatlama modelinde Binom yaklaşım ilk olarak 1978 yılında Sharpe tarafından ortaya koyulmuştur. Black Scholes modeli Avrupa tipi opsiyon sözleşmelerinin fiyatlanması için kullanılmaktadır. Vadesinden önce kullanılan Amerikan tipi opsiyon sözleşmelerinin fiyatlanması için Binom Modeli geliştirilmiştir. Daha sonra model geliştirilerek Black Scholes modeli ile aralarında bir bağlantı kurulmuştur. Binom modeli

sözleşmeye konu olan varlık fiyatının iki yönlü bir süreç izlediği üzerine hareket etmektedir. Sözleşmeye konu olana varlığın fiyatı sözleşme süreci boyunca artış veya azalış göstermektedir. Bu iki yaklaşıma göre binom modelinde yatırımcının karar verme süreci oluşturulmaktadır. Binom modeli bir ağaç yapısını andırmakta ve gerçekleşme olasılığı olan ihtimallere göre dallara ayrılmaktadır” (Kapusuzoğlu & Ceylan, 2018: 215).

Tek dönemli binom fiyatlama modeli:



Modelde:

“F: Sözleşmeye konu olan varlığın fiyatını,

μF : Dayanak varlığın p olasılıkla artışını,

dF : Dayanak varlığın p-1 olasılıkla azalışını ifade etmektedir.

Dayanak varlığın fiyatı vade sonunda artış göstererek “ μF ” olabilir ya da azalarak “ dF ” olabilir

Ağaç modelindeki “p” dayanak varlığın yükselme olasılığını, “p-1” ise dayanak varlığın düşme olasılığını temsil etmektedir. Bu bilgi çerçevesinde model;

$p = (e^{-rT} - d) / (\mu - d)$ şeklinde formüle edilmektedir.

Formülde;

r: Yıllık faiz oranını,

p: Dayanak varlığın yükselme olasılığını,

T: Zaman dilimini ifade etmektedir.

“d” ve “ μ ” değerleri de spot fiyatın artması ve düşmesi öngörülen değeri ifade etmektedir. Bulanan p değeri;

$c = e^{-rT} [p c\mu + (1-p)cd]$ fonksiyonuna yazılarak opsiyonun cari fiyatı hesaplanmaktadır”(Saltoğlu, 2019: 96-97).

Opsiyonun değeri, dayanak varlığın fiyatı, anlaşma fiyatı, faiz oranı ve fiyat oynaklığı gibi değişkenler yardımıyla hesaplanmaktadır. Bu değerlendirme yaklaşımı büyük ölçüde kopya kavramına dayanmaktadır. Örneğin, model aracılığıyla borçla kurulan bir hisse senedi portföyünün vade sonu ödemesinin o hisse senedine bağlı kaç alım opsiyonun ödemesine karşılık geldiğine bakılarak opsiyonun değeri bulunabilmektedir (Karan, 2022: 704).

Model mükemmel korumalı portföyler oluşturulmasına aracılık etmektedir. Ayrıca opsiyon ve hisse senedinin beklenen getiri ve betasına ihtiyaç duyulmamaktadır. Örneğin, model uygulandığında bir hisse senedine karşılık iki alım opsiyonu bulundurulması gerekmektedir. Bunun anlamı satılan her bir alım opsiyonu karşılığında portföyde yarım hisse senedi tutulursa, hisse senedinin fiyat değişiminden kaynaklı riskleri ortadan kaldırılmış olmakta ve bu koruma oranı olarak ifade edilmektedir. Hisse senedinin muhtemel iki fiyatı arasındaki farkla, satılan opsiyonun muhtemel değerleri arasındaki farkın ilişkisini gösteren bu oran yardımıyla hisse senedi ve opsiyon arasındaki göreceli fiyat oynaklığı tespit edilmekte ve mükemmel bir korumaya olanak sağlanmaktadır (Karan, 2022: 705).

Çok boyutlu binominal model sayesinde gerçekleşme olasılığı olan ihtimallerin daha kapsamlı dönemler şeklinde ayrılmasıyla daha fazla olasılığa ulaşılabilmektedir. Örneğin, bir yıllık bir dönemin olasılıkları aylık olacak şekilde oluşturulduğunda daha çok seçenekli bir yapı oluşmaktadır. Bu yapının her bir dalında yatırımcı korumalı portföyler oluşturabilmektedir. Böylece hisse senedi fiyatının değişiminden oluşabilecek risklere yönelik dinamik bir koruma sağlanabilmektedir (Karan, 2022: 709).

Yatırımcıların potansiyel kayıplarını ortadan kaldırmak amacıyla kurulmuş bir tür yatırım stratejisidir. En basit örneği korumalı satım opsiyonu yatırım stratejisidir. Bir hisse senedi yatırımı ile satın alınan bir satım opsiyonundan oluşmaktadır. Portföyün değerini belirli bir tutarda sabitlemektedir. Hisse senedi fiyatları çok düşse bile zarar uygulama fiyatı kadar olurken, yükselmesi durumunda kâr edilebilmektedir (Karan, 2022: 719).

Bu modelin dayandığı varsayımlar şu şekildedir (Jordan ve Miller, 2008):

➤ “Tam rekabet piyasasındaki şeffaflık ve herkes tarafından ulaşılabirlik mevcuttur.

➤ Her bir zaman dilimindeki fiyat hareketleri, birbirinden bağımsız olacak şekilde artıp azalabilecektir. Böylelikle artış ve azalışların kombinasyonundan dolayı model dallanarak devam edecektir. Ayrıca değişimler sadece bu zaman dilimlerinde olacağı için kesikli bir proses olarak devam edecektir.

➤ Opsiyonun iki tarafı için de faiz oranı aynıdır.

➤ Yatırımcıların tüm proses boyunca yüksek olan kazancı düşük olan kazanca tercih edecekleri düşünülür.

➤ Model opsiyonu değerleyene kadar her hangi bir maliyet yoktur ve bu sebeple vergilendirme yapılmamaktadır.

➤ Risksiz faiz oranı tüm proseste sabittir”.

8. Opsiyon Fiyat Duyarlılık Parametreleri

Bir opsiyonun fiyatını (opsiyon primi) etkileyen her bir değişkenin, diğer değişkenler sabit varsayılarak, sadece etkisi ölçülmek istenen değişkenin etkisinin yönü ve büyüklüğü hakkında bilgi veren katsayılar opsiyon fiyat duyarlılık parametreleri olarak ifade edilmektedir. Beş temel opsiyon duyarlılık parametresi aşağıda detaylandırılmıştır.

Delta: Hedge rasyosu olarak da ifade edilen Delta, opsiyona konu dayanak finansal varlığın fiyatındaki bir birimlik değişimin opsiyon fiyatını ne kadar değiştireceği sorusunun cevabını vermektedir. Delta, opsiyon fiyatındaki mutlak değişim/finansal varlığın fiyatındaki mutlak değişim oranıyla hesaplanmaktadır. Bu oran yüzde olarak ifade edilmekte ve delta 0 ile 1 arasında değerler alabilmektedir. Örneğin delta %30 ise dayanak varlığın fiyatındaki bir birimlik artış ya da azalış yönlü değişim, opsiyonun fiyatını 0,3 birim artış ya da azalış yönlü değiştirecektir. Vade tarihinde opsiyon kârda ise 1, zararda ise delta 0 değerini almaktadır (Hull, 1995: 252).

Theta: Theta, opsiyonun vadeye kalan süresindeki bir günlük değişimin opsiyonun fiyatında ne kadarlık bir değişim yaratacağını ölçen parametredir ve opsiyon fiyatının vade süresinde ne kadar değer kaybedeceğini göstermektedir. Yani opsiyon sözleşmesiyle sabit olan vadeye bir gün yaklaşılması durumu opsiyon fiyatının ne kadar azalacağını ölçmekte ve genellikle negatif değer ile ifade edilmektedir (Hull, 1995: 343).

Gamma: Opsiyona konu dayanak varlığın fiyatındaki bir birimlik değişimin opsiyonun deltasında ne kadarlık değişim meydana getireceğinin ölçüsüdür yani deltanın duyarlılığı diğer bir ifadeyle deltanın deltasıdır. Gamma değerinin pozitif değer alması dayanak varlığının fiyatındaki artışın deltayı arttırdığı; negatif değer olması durumunda dayanak varlığın fiyatındaki artışın deltayı azalttığı şeklinde yorumlanmaktadır (Batak, 2010: 59).

Vega: Vega, opsiyona konu dayanak varlığın volatilitesinde meydana gelen bir birimlik değişimin opsiyonun fiyatında ne kadarlık bir değişim yaratacağını ölçen parametredir. Opsiyonun türünden bağımsız olarak volatilitite arttıkça opsiyonun fiyatı artar, volatilitite azaldıkça opsiyon fiyatı azalır (Yalçınar, 2012: 278).

Rho: Rho, risksiz faiz oranında meydana gelen bir birimlik değişimin opsiyon fiyatında ne kadarlık değişim yaratacağının ölçüsüdür. Rho değeri satım opsiyonlarında negatif; alım opsiyonlarında pozitif olmaktadır (Williams ve Hoffman, 2000: 101).

9. Literatüre Bakış

Sezgin ve Tuğay (2020) mali kuruluşlar sektöründe faaliyet gösteren ve göstermeyen şirketler açısından opsiyon stratejilerinden elde edilen ka-

zanç veya zarar bakımından anlamlı farklılıklar olup olmadığını araştırmıştır. VİOP’da işlem gören hisse senedi opsiyon sözleşmelerinin fiyatlanmasında Black-Scholes opsiyon fiyatlama modeli kullanılmış. Parametrik olmayan testlerin kullanıldığı analizlerde, yüksek volatilité ve yönsüz piyasa beklentisine yönelik stratejilerin genel itibarıyla zarar ile sonuçlandığı ve mali kuruluşlar grubunda bulunan şirketlerde bu zararın daha düşük olduğu saptanırken; düşük volatilité ve yönsüz piyasa beklentisine yönelik stratejiler sonucunda genellikle kâr elde edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bilir (2019) Black-Scholes opsiyon fiyatlama modelinin yatırım projelerinde kullanılmasını bir uygulama üzerinden araştırmıştır. Uygulama sonucunda geleneksel yöntemler kullanıldığında yapılmamasına karar verilen bir projenin, reel opsiyon analizinde yatırım yapılabilir bir proje konumuna geldiği görülmüştür.

Şeker, Çemberlitaş ve Altundağ (2018) araştırmalarında opsiyon sözleşmelerini teorik düzeyde açıklayarak, hipotetik örnekler üzerinden opsiyon sözleşmeleri sonucunda doğan kâr ya da zararın hesaplanmasına yönelik uygulamalar gerçekleştirmiştir.

Durmaz (2017) İstanbul Havalimanı projesindeki yolcu servis ücreti gelir garantisini fiyatlamak amacıyla reel opsiyon yaklaşımını kullandığı araştırmada, gelir garantisi satım opsiyonu olarak ele alınmış ve Binom Model ile analizler yapılmıştır. Binom modelde yolcu sayısına bağlı olarak oluşturularak binom dağılımındaki her bir dalın olasılıkları hesaplanmıştır. Duyarlılık analizleri neticesinde İstanbul Havalimanı projesindeki gelir garantisi opsiyonunun fiyatını en fazla etkileyen faktörün yolcu servis ücreti tarifesi olduğu saptanmıştır. Ayrıca opsiyon fiyatı ile yolcu trafiği oynaklığı arasında pozitif; risksiz faiz oranı ile opsiyon fiyatı arasında negatif ilişki tespit edilmiştir.

Yılmaz ve Özarı (2016) geriye dönük opsiyonların fiyatlanması ve fiyatlanmasına etki eden faktörleri araştırmıştır. Analizlerde 2005-2015 dönemi BİST 30 açılış ve kapanış verileri kullanılmıştır. Opsiyon fiyatını etkileyen değişkenler; fiyat, vade, faiz, volatilité olarak incelenmiştir. Analizler sonucunda geriye dönük alım opsiyon sözleşme fiyatı ile uygulama fiyatı arasında negatif, geriye dönük opsiyon sözleşme fiyatı ile uygulama fiyatı arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Faiz ile hem satım hem alım opsiyon sözleşmesinin fiyatı arasında negatif ilişki olduğu saptanmıştır. Vade arttıkça Amerikan tipi geriye dönük hem alım hem satım opsiyonu sözleşme fiyatında artış olduğu görülmüştür. Ayrıca volatilitenin geriye dönük alım ve satım opsiyon fiyatları üzerinde önemli derecede etki gösterdiği tespit edilmiştir.

Başka bir araştırmada (Aksu, 2016) bir demir çelik işletmesinin hisselerine dayalı oluşturulan 23 varantın fiyatlanması Gram-Charlie ve Bla-

ck-Scholes (temettülü ve temettüsüz model) modeli ile yapılmıştır. Analizler sonucunda her üç modelinde piyasa fiyatlarından farklı teorik fiyatlar hesapladığı ancak Temettüsüz Black-Scholes modelinin teorik fiyatının piyasa fiyatını daha iyi yansıttığı görülmüştür.

Akmehmet (2012) İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda 2010-2012 döneminde işlem gören 319 varant verisi üzerinden Black-Scholes modelinin fiyat hareketlerini açıklama yetisini test etmiştir. Black-Scholes modeli ile oluşturulan altı model üzerinden hangi değişkenlerin cari fiyatlara daha yakın fiyat tahminleri yapabildiği araştırılmıştır. Tahmin hatası istatistik sonuçlarında, faiz oranına kıyasla volatilitenin fiyatları açıklama etkisinin daha yüksek olduğu görülmüştür. 90 günlük volatilité ve merkez bankası politika faiz oranı verisi ile oluşturulan modelin fiyatları açıklama gücünün en yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kabakçı (2012) opsiyon duyarlılık parametrelerinin opsiyonun fiyat değişimlerine etkisini incelemiştir. Geometrik Brownian Hareketinden türetilmiş hisse senedi fiyatları ile opsiyon fiyatları oluşturulmuş ve bu fiyatlarla duyarlılık parametreleri hesaplanmıştır. Analizler sonucunda opsiyon duyarlılık parametrelerinin opsiyon fiyat değişimlerine etkisi olduğu görülmüştür.

SONUÇ

Günümüzde şirketlerin karşı karşıya kaldığı sistematik riskler (kur riski, enflasyon riski ve enflasyon riski gibi) özellikle faaliyet alanlarının ve işlem hacimlerinin büyümesi ve rekabetin küresel boyut kazanmasıyla beraber önemli ölçüde artış göstermiştir. Şirketler söz konusu riskleri yayma ve transfer etme imkânı sunduğu için türev ürünleri önemli bir korunma aracı olarak kullanmakta ve böylelikle korunma, yatırım ve arbitraj avantajı elde etmektedir. Türev araçlar, iki taraf arasında özellikleri önceden belirlenmiş bir ya da birden fazla varlığın gelecekteki değerine bağlı olarak alım satımının bugünden yapılması amacıyla düzenlenen finansal enstrümanlardır (Ersoy, 2011: 64). Türev araçlar arasında önemli bir yere sahip olan opsiyonlar, alıcısına peşin ödediği opsiyon primi karşılığında, belli bir varlığın (ekonomik ya da finansal gösterge, sermaye piyasası aracı, değerli maden, döviz veya emtia) belli bir fiyat ile belli bir tarihte satın alma ya da satma hakkı veren finansal enstrümanlardır.

Opsiyon fiyatı, opsiyon sözleşmesini satan tarafın sözleşmeye konu dayanak varlıkta meydana gelen değişikliklere karşı opsiyon sözleşmesi satın alan taraftan talep ettiği ücrettir ve opsiyonun gerçek ve zaman değerinin toplamından oluşmaktadır. Dayanak varlığın spot piyasa fiyatı ile opsiyonun kullanım fiyatı arasındaki fark içsel değer olarak ifade edilirken; opsiyonu satın alan tarafın dayanak varlığın fiyatındaki belirsizlik için belirlediği fiyat zaman değerini oluşturmaktadır. Opsiyon sözleşmelerinin

fiyatlanması konusunda literatürde kullanılan birçok model olmakla birlikte Black-Scholes ve Binominal Model yaygın olarak kullanılmaktadır. Black-Scholes Modeli ağırlıklı olarak avrupa tipi satın alma opsiyonları ve kâr payı dağıtmayan hisselerle dayalı opsiyonlarda kullanılırken, amerikan tipi opsiyon sözleşmelerinin fiyatlanması için Binom Modeli geliştirilmiştir.

Araştırmada opsiyon sözleşmeleri, tarihsel süreci, türleri, fiyatlanması ve opsiyon fiyatlamada kullanılan modeller, opsiyon stratejileri ve opsiyon fiyat duyarlılık parametreleri teorik düzeyde açıklanmış ve 2012-2022 dönemi çerçevesinde ulusal literatürdeki opsiyon fiyatlama modelleri kullanılarak yapılan ampirik araştırmalara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda opsiyon fiyatlama modellerine yönelik yapılan ampirik araştırmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Araştırmanın, şirketlere risk yönetimi konusunda önemli avantajlar sunan opsiyon sözleşmelerini teorik düzeyde incelemesi ve opsiyon fiyatlama modellerine yönelik ulusal yazındaki ampirik araştırmaların özetini sunması bakımından literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akçay, B., Kasap, M., Doğuç, T., & Kasap, G. (2012). *Türev piyasalar ve yapılandırılmış ürünler*, İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Akmehmet, Ö.M. (2012). *Varantların teorik fiyatının piyasa fiyatını açıklama gücü: Black ve Scholes opsiyon fiyatlama modeli çerçevesinde İmkb'de bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aksoy, A., & Tanrıöven, C. (2014). *Sermaye piyasası yatırım araçları ve analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksu, M. (2016). *Hisse senedine dayalı yatırım kuruluşu varantlarının fiyatlaması: Bist'te bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bak, B. (2009). Borsa opsiyon sözleşmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 64(4), 39-75.
- Batak, İ. (2010). *Opsiyon primini etkileyen faktörler ve S&P 500 endeksi üzerine ampirik bir çalışma*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilir, H. (2019). Reel opsiyonların yatırım projeleri analizlerinde kullanımı. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 56(648), 83-119.
- Black, F. & Scholes, M. (1973). The pricing of options and corporate liabilities, *Journal of Political Economy*, 81, 637-654.
- Ceylan, A. (2002). *Finansal teknikler*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Ceylan, A., & Korkmaz, T. (2008). *Finansal teknikler*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Chambers, N. (2009). *Türev piyasalar*, İstanbul: Beta Basım.
- Çiloğlu, T. (2012). *İzmir Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası'nda hisse senedine dayalı futures işlemlerinin spot piyasa etkinliğine katkısı: İmkb 30 endeksi için bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Dönmez, Ç.A., Başaran, Y., Doğru G., Yılmaz, M.K., Uğur, S., Kartallı Y., & Ugan, G. (2002). *Finansal vadeli işlem piyasalarına giriş*, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası.
- Durmaz, E. (2019). *Kamu özel sektör işbirliğindeki projelerde kamu garantilerinin reel opsiyonlar yaklaşımıyla değerlendirilmesi: Yeni İstanbul Havalimanı örneği* (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ersan, İ. (1997). *Finansal türevler: Futures & options & swaps*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Ersen, H.Y. (2019). *Sezgisel bulanık sayılar ile reel opsiyon değerlendirilmesi ve güneş enerjisi yatırımı uygulaması*. (Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Hull, J. C. (1997). *Options, futures and other derivative securities*, Third Edition, ABD: Prentice Hall International Inc.
- Hull, J.C. (1995). *Introduction to futures and options markets*, Prentice Hall International Editions, New York, Second Edition.
- Hull, J.C. (2005). *Options, future and other derivatives*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hull, J.C. (2009). *Options, future and other derivatives*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Jordan, B. D., & Miller, T.W. (2008). *Fundamentals of investments, valuation and management*, McGraw-Hill, New York.
- Kabaçı, A. (2012). Opsiyon duyarlılık parametrelerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 87-103.
- Kapusuzoğlu, A., & Ceylan, N. B. (2018). *Opsiyon fiyatlama teorisi. A. Gündoğdu içinde, Finansın temel teorileri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karan, M.B. (2022). *Yatırım analizi ve portföy yönetimi*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Merton, R. C. (1973). Theory of rational option pricing. *The bell Journal of economics and management science*, 141-183.
- Poitras, G. (2009). *The early history of option contracts. In vinzenz bronzin's option pricing models* (pp. 487-518). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Saltoğlu, B. (2019). *Türev araçlar, piyasalar ve risk yönetimi. Sermaye piyasası lisanslama notları çalışma notları*. Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kurulu.
- Sezgin, A., & Tuğay, O. (2020). Volatilite beklentisine dayalı yönsüz opsiyon stratejilerinin kullanımı: Bist'te ampirik bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 132-148.
- Şeker, K., Çemberlitaş, İ., & Altundağ, S. (2018). Opsiyon sözleşmeleri ve opsiyon sözleşmelerinden doğan kâr/zararın hesaplanması. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 1(2), 120-140.
- Tekbacak, S. (2010). *Opsiyonlar ve döviz opsiyonlarının merkez bankalarında döviz kuruna müdahale aracı olarak kullanımı*. Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Williams, M., & Hoffman, A. (2000). *Fundamentals of the options market*, McGraw-Hill Professional.
- Yalçiner, K. (2012). *Uluslararası finansman*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, A., & Özarı, Ç. (2016). Geriye dönük opsiyonların fiyatlanması ve fiyatını etkileyen faktörlerin incelenmesi. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (44), 1-16.
- Yumurtacı, G. (2012). *Opsiyon sözleşmeleri*, TSPAKB Sermaye Piyasasında Gündem, 121, Eylül, 5-19.

“

Bölüm 2

**VIX ENDEKSİ VE DOW JONES
ENDEKSİ DEĞİŞKENLERİNİN BİST-
30 KAPSAMINDA YER ALAN HER BİR
HİSSE SENEDİNİN FİYATI ÜZERİNDE
ETKİSİNİN BELİRLENMESİ**

Alp Polat¹

”

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

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

alp-polat@bilecik.edu.tr

GİRİŞ

Pay senedinin fiyatındaki değişimlerin göstergesi piyasa endeksleri olmaktadır. Finansal varlık endekslerine bakarak yatırımcılar piyasanın durumu konusunda olumlu ya da olumsuz seyri hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Finansal piyasa endeksleri ekonomik faktörler dışında ekonomik performansın belirleyecisi olan önemli göstergelerdendir. Ekonomik beklentiler olumlu olduğu piyasada finansal varlık alımları hızlanmakta bu durum fiyat endeks değerlerinin yükselmesine sebep olmaktadır. Tam tersi olarak ekonomik atmosferde sıkıntılar bekleniyorsa fiyat endekslerinde düşüşler görülmektedir. ABD için gösterge olarak kullanılabilir önemli bir endeks Dow Jones endeksidir. Dow Jones endeksi ekonomi için kritik sektörler yer alan firmaları içermektedir. Dow Jones endeksinde genellikle çok uluslu olarak isimlendirilen faaliyetleri küresel ölçüde yayılmış büyük firmalar yer almaktadır. Dow Jones endeksindeki artışlar ABD ekonomisinin olumlu seyri hakkında bilgi sunabilmektedir. Bu olumlu seyir diğer ülkeler üzerinde dış ticaret ilişkiler ve sermaye yatırımları ya da doğrudan sermaye piyasaları üzerinde etkili olabilmektedir (Mursalin vd., 2017). DOW Jones endeksi ABD’de NYSE ve NASDAQ borsalarında işlem gören 30 adet kritik öneme sahip işletmeyi içermektedir. Dow Jones en eski ve en popüler piyasa endekslerinden birisi olarak görülmektedir. Bugün tüm dünyadaki yatırımcılar tarafından izlenen en temel göstergelerden birisi olarak kabul edilmektedir. Dow jones endeksi değişimleri ve endekse ile ilgili öngörüler küresel finansal sistemdeki piyasalar için önemli olmaktadır (Abda vd. 2021).

Drozd vd., (2001) Dow Jones endeksi ile Almanya pay senedi endeksinin etkileşimini incelemiştir. İki uzak ülke arasındaki mesafe farklarına rağmen piyaların tek bir seyrinde birleştiği görülmüştür. İki piyasa arasındaki hareketin benzerleşmesinin daha çok yıl sonu dönemlerde olduğunu öne sürmüştür. Bahsedilen bu etkileşimde öncül olan rolün Dow Jones endeksi tarafından üstlendiği ortaya koyulmuştur. Oktavia (2018) enerji fiyatları, döviz kurları, altın fiyatları ve Dow Jones endeksinin hindistan pay senedi piyasası üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Petrol fiyatları ve Dow jones endeksi değişimlerinin pozitif etkili olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. da Silva Ribeiro vd. (2016) Dow jones endeksindeki değişimleri ekonomik faktörler ile birlikte Brezilya pay senedi piyasası üzerinde incelemiştir. Brezilya pay senedi endeksinin incelenen faktörlere tepki verdiği raporlanmıştır. Mursalin vd. (2017) Dow jones endeksinde değişimlerin hindistan pay senedi piyasası endeksi üzerinde bireysel etkisinin bulunmadığını ancak döviz kuru ve faiz oranı değişkenleri ile birlikte etki ortaya çıkardığını açıklamıştır. Özen ve Tetik (2019) yapmış oldukları analiz sonucunda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin Dow Jones endeksi değişimlerine farklı tepkiler verdiği öne sürmüşlerdir. Özen

ve Tekik (2016) Türkiye pay senedi piyasasının Dow Jones endeksine pozitif tepki verdiğini tespit etmiş ancak bu pozitif etkinin zamanla yavaşladığı 30 ile 60 gün içerisinde ortadan kalktığını açıklamışlardır. Bu ilişkileri finans teorisinde fazla-tepki hipotezi çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Özdemir vd., (2019) spot ve vadeli piyasaları arasındaki ilişkileri Türkiye piyasası ve Dow Jones endeksi faktörleri kullanarak test etmiştir. Türkiye’de pay senedi endeksi fiyatlarının Dow Jones endeksi tarafından etkilendiği görüşüne ulaşmışlardır.

VIX endeksi ABD piyasalarında CBOE borsasında S&P 500 endeksi üzerine opsiyonların fiyatlarından hesaplanmaktadır. VIX endeksi bir zımnı volatilité endeksidir ve en popüler olarak kabul edilmektedir. Opsiyon piyasalarında yer alan varlıkların zımnı volatiliteleri belirlenebilmektedir. Bu belirlenen volatilité piyasa için bir risk ölçüsü olmaktadır. Volatilitéye bakarak opsiyon varlıklarının fiyatının yüksek olduğu ya da düşük kaldığı söylenebilmektedir. Volatilité bir piyasa risk ölçüsü olduğundan dolayı varlık fiyatlandırma ve portföy yönetim kararlarında kullanılabilir. VIX endeksi piyasanın durumu hakkında bilgi sunmaktadır. Bu endeks değeri yükseldiğinde piyasanın karamsar olduğu ancak ileride olumlu bir hareketin yaşanabileceği söylenebilmektedir. Endeks değeri düşük olduğunda ise piyasada pozitif atmosferin mevcut olduğu ancak ileride bu durumun negatif dönme ihtimali olabileceği yorumu yapılabilmektedir (Ahoniemi, 2008). VIX endeksinin yatırımcılar finansal piyasalarda gösterdiği reaksiyonları belirlediği önesürülmektedir. Yapılan analize göre VIX endeksi yüzde 30 seviyesinde yükseldiğinde yatırımcılar artan piyasa volatilitesi dolayısıyla korkuya kapılmaktadır. Endeks yüzde 20 seviyesine düştüğünde ise piyasalarda volatilité düşmekte ve yatırımcı kaygıları azalmaktadır (Yıldırım, 2022). VIX endeksi genel olarak negatif piyasa performansı ile ilişkilendirilmektedir. VIX endeksindeki yükselişlerin piyasada keskin negatif yönelimlere sebep olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda VIX endeksi finansal piyasaların korku endeksi olarak kabul görmektedir. VIX pay senedi piyasalarının volatilitesi konusunda öncü gösterge olmak üzere ortaya çıkarılmıştır. VIX endeksi ABD, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi dünyanın başlıca pay senedi piyasaları üzerinde etkili olmaktadır (Adrangi, 2019).

Nefelli ve Resta (2018) VIX’in piyasa duyarlılığını ifade ettiği ve aşağı yönlü trendleri yakalamada başarılı olduğunu vurgulamışlardır. VIX endeksinde yükselişlerin finansal piyasalar arasında korku geçişine sebep olduğu ve negatif piyasa hareketlerine yol açabileceği konusunda ABD ve BRIC ülkelerini analiz ederek görüş belirtmişlerdir. Hatipoğlu ve Tekin (2017) Türkiye için VIX endeksi, döviz kuru ve petrol fiyatlarının etkisini incelemişler ve en yüksek etkiye sahip faktörün VIX endeksi olduğunu açıklamışlardır. Başarır (2018) VIX endeksi ile Türkiye pay

senedi endeksi arasında ilişkiyi incelemiş ve VIX endeksinden BIST 100 endeksine doğru bir nedensellik ilişkisinin hem geçici hem de kalıcı olarak bulunduğunu raporlamıştır. Tuncel ve Gürsoy (2020) Bist 100 endeksi VIX ve Bitcoin fiyatlarını birlikte incelerken elde ettiği sonuçlarda VIX endeksi tarafından Bist 100 endeksine nedensellik etkisi olduğunu açıklamışlardır. Kaya (2015) eşbütünleşme ilişkisini Bist 100 ile VIX endeksi üzerinde araştırmış ve anlamlı eşbütünleşmenin yanı sıra VIX endeksinden Bist 100 endeksi üzerine etki olduğunu görmüştür. Sakarya ve Akkuş (2018) Türkiye’de pay senedi piyasasının sektörel bazda VIX endeksi ile ilişkisini ortaya koymuştur. Bulgularına göre VIX endeksi Ulusal, Mali banka ve teknoloji endekslerinin tespit edilen anlamlı ilişkisinin uzun dönemli olduğu vurgulanmıştır. Sadeghzadeh (2018) tüketici güven endeksi ve VIX endeksi değişimlerini Türkiye özelinde incelemiştir. Bulgularında; kısa dönemde VIX endeksin pay senedi piyasası üzerinde olumsuz etkisine dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Akdağ (2019) Türkiye için BIST 100 endeksinin yanı sıra döviz kuru, sanayi üretim, endeksi ve güven endekslerinin de VIX endeksinde değişimlere tepki verdiğini tespit etmiştir. Kaya ve Coşkun (2015) analizi sonucunda VIX endeksi tarafından BIST 100 endeksine doğru negatif ilişki sunmuştur. Erdoğan ve Baykut (2016) VIX ile bir başka volatilité endeksi olarak MOVE endeksinin Türkiye borsası bankacılık sektör endeksine etki konusunda incelemiş sadece VIX endeksi etkili görülmüştür. Sarıtaş ve Nazlıoğlu (2019) VIX endeksinde yaşanabilecek bir şokun Bist 100 endeksinde negatif ancak dolar kurunda pozitif etki yarattığını elde ettiği bulgulara göre öne sürmüştür. Telek (2020) araştırma bulgularına göre Türkiye üzerinde VIX endeksinin portföy yatırımları ile eşbütünleşme ilişkisiyle birlikte pozitif anlamlı etki saptanmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı VIX endeksi ve Dow Jones Endeksi değişkenlerinin Türkiye’de Bist 30 kapsamında yer alan firmalara olan etkilerin belirlenmesidir. VIX ve Dow Jones endeksi literatürde pay senedi fiyatlarını etkileyebilecek ve ekonominin genel hareketinin ön görülmesine yardımcı olabilecek faktörler olarak ele alınmaktadır. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında çoğunlukla ortaya çıkacak etkinin bir endeks üzerinde testi yapılmaktadır. İşletme bazında ayrımın yapıldığı çalışmalar kısıtlı kalmıştır. Halbuki, ortaya çıkacak etkiler her işletme üzerinde farklı şekilde gerçekleşebilir. İşletmelerin uluslararası piyasalar ile gerek finansal yatırımcılar tarafında gerek ise küresel ticaret ölçeğinde farklı ilişkileri olabilmektedir.

Bu araştırma kapsamında Türkiye’de Bist 30 hisse senetlerinin fiyatlarının ön görülebilmesi amacıyla VIX ve Dow Jones uluslararası

faktörlerinin işlevini ortaya çıkaracak anlamlı etkilerin belirlenmesi literatüre ve finansal piyasalarda işlem yapanlara faydalı olabilecek bilgiler sunulabilecektir. Araştırma dönemi 2018 ile 2022 yıllarını kapsamaktadır. Veriler investing.com internet sitesi geçmiş veriler raporları kullanılarak temin edilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirildiği tarihte Bist 30 kapsamında yer alan hisse senetlerinin geçmiş fiyat serileri analize dahil edilmiştir. Elde edilen günlük veriler haftalık frekanse çevrilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak 1.1.2018 yılı itibariyle başlayan ve araştırmanın yapıldığı 20.12.2022 tarihi arasında kalan 260 adet haftalık gözlem değerleri kullanılmıştır.

Elde edilen veri seti farklı durağanlıktaki değişkenlerin analiz için uygun olan ARDL yöntemiyle test edilmiştir. Nkoro ve Uko (2016)'da belirtildiği üzere ARDL yöntemi analiz edilecek değişkenlerin $I=0$ ya da $I=1$ olması gibi durağanlık süreçlerinden bağımsız olarak uygulanabilmektedir. ARDL analizi öncesi durağanlık amacıyla birim kök testlerinin yapılması zorunluluğu bulunmamaktadır. ARDL modeli incelenen değişkenlerin aynı derecede entegre olması koşulu olmaması dışında farklı avantajlar da sunmaktadır. ARDL modeli içsellik sorunu hem uzun hem kısa dönem katsayılar simultane olarak tahmin edilmesi dolayısıyla ortaya çıkmamaktadır. Böylece gecikmeli değişkenler ve açıklayıcı değişkenler ile birlikte tahmin edilmektedir. ARDL model küçük örneklem için çok tutarlı katsayı tahminleri elde edilmesine olanak sağlamaktadır (Murthy ve Okunata, 2016). Eviews uygulaması bu amaçla analizde kullanılmıştır. Değişkenler arası etkiler için en uygun model Akaike kriterine göre seçilmiş ve bu kapsamda en fazla dört gecikmeye izin verilerek oluşturulan modellerde anlamlı çıkan değişkenler bulgular kısmında raporlanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya ait bulgular tablolar halinde sunulacaktır. Araştırma amacı kapsamında etkisinin belirlenmeye çalışıldığı VIX ve Dow Jones endeksi değişkenlerinin tespit edilmiş istatistiksel olarak anlamlı bulguları açıklanacaktır. Tablolar'da *** simgesi ile 1% (yüksek derece) anlamlılık düzeyi ** simgesi ile 5% (orta derece) anlamlılık düzeyi ve * simgesi ile 10% (düşük derece) anlamlılık düzeyi gösterilmektedir. Hisse senetlerinin kendi gecikmelerine ait analiz sonuçları araştırma amacı kapsamında açıklanmasa da tablolarda ilgili hisse senedinin fiyatını etkileyen temel dinamikleri göstermesi açısından raporlanmıştır.

Tablo 1. AKBNK Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
AKBNK(-1)	0.938391	0.061760	1.519.403	0.0000***
AKBNK(-2)	0.023735	0.085876	0.276387	0.7825
AKBNK(-3)	-0.189713	0.087785	-2.161.106	0.0317**
AKBNK(-4)	0.284317	0.066182	4.295.967	0.0000***
DOWJONES	0.000176	4.41E-05	3.996.406	0.0001***
DOWJONES(-1)	-0.000163	6.02E-05	-2.714.452	0.0071***
DOWJONES(-2)	7.27E-05	6.07E-05	1.197.079	0.2324
DOWJONES(-3)	2.12E-05	6.06E-05	0.348968	0.7274
DOWJONES(-4)	-8.72E-05	4.33E-05	-2.016.822	0.0448**
VIX	0.001161	0.004312	0.269353	0.7879

Tablo 1’de AKBNK için gerçekleştirilen analiz sonuçları yer almaktadır. AKBNK hisse senedi ilk haftalık gecikmesi ile pozitif ilişkilidir. Dow Jones endeksi ile pozitif ilişkisi olmasına karşın gecikmeli olarak negatif yönde etkilenmektedir.

Tablo 2. AKSEN Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
AKSEN(-1)	0.857984	0.062883	1.364.407	0.0000***
AKSEN(-2)	0.057295	0.083791	0.683780	0.4947
AKSEN(-3)	0.284635	0.083713	3.400.127	0.0008***
AKSEN(-4)	-0.174234	0.069217	-2.517.219	0.0125**
DOWJONES	0.005063	0.015632	0.323874	0.7463
VIX	4.783.856	6.603.599	0.724432	0.4695

Tablo 2’de AKSEN hisse senedi ile yapılan uygulama sonuçları gösterilmektedir. Elde edilen bulgulara göre incelenen uluslararası piyasa faktörleri ile bir ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 3. ARCLK Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
ARCLK(-1)	1.007.101	0.063914	1.575.711	0.0000***
ARCLK(-2)	0.045269	0.090615	0.499577	0.6178
ARCLK(-3)	0.155403	0.094410	1.646.046	0.1010
ARCLK(-4)	-0.192202	0.067128	-2.863.196	0.0046***
DOWJONES	0.000391	0.000150	2.609.242	0.0096***
DOWJONES(-1)	-6.89E-05	0.000206	-0.334873	0.7380
DOWJONES(-2)	8.21E-05	0.000205	0.400113	0.6894
DOWJONES(-3)	-0.000386	0.000148	-2.600.768	0.0099***
VIX	0.009466	0.015130	0.625603	0.5322

Tablo 3’de ARCLK hisse senedi model tahmini sunulmaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif ilişkisi bulunurken üçüncü gecikme değeri ile negatif yönde etki ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. ASELS Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
ASELS(-1)	1.051.429	0.011790	8.917.821	0.0000***
DOWJONES	-2.62E-05	0.000142	-0.184941	0.8534
DOWJONES(-1)	0.000309	0.000176	1.758.347	0.0800*
DOWJONES(-2)	9.23E-05	0.000178	0.518865	0.6043
DOWJONES(-3)	-0.000126	0.000173	-0.727119	0.4679
DOWJONES(-4)	-0.000267	0.000133	-1.998.987	0.0467
VIX	-0.017587	0.023034	-0.763504	0.4459
VIX(-1)	0.030125	0.026871	1.121.088	0.2634
VIX(-2)	0.047617	0.027923	1.705.288	0.0894*
VIX(-3)	0.010486	0.027079	0.387223	0.6989
VIX(-4)	-0.063472	0.022543	-2.815.652	0.0053*

ASELS hisse ile ilgili olarak sonuçlar tablo 4’de yer almaktadır. Dow Jones endeksi ile birinci gecikme değerinde pozitif etki görülmektedir. VIX endeksi ile ikinci gecikme değerinde pozitif ve dördüncü gecikme değerinde negatif yönde anlamlı etki bulunmaktadır.

Tablo 5. BIMAS Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
BIMAS(-1)	0.837991	0.064001	1.309.337	0.0000***
BIMAS(-2)	0.224369	0.082431	2.721.894	0.0069***
BIMAS(-3)	-0.172627	0.082773	-2.085.553	0.0380**
BIMAS(-4)	0.128280	0.065621	1.954.869	0.0517*
DOWJONES	-1.76E-05	6.78E-05	-0.260351	0.7948
VIX	0.002484	0.025771	0.096386	0.9233

BIMAS hisse senedine dair bulgular Tablo 5’de yer almaktadır. Uluslararası piyasa faktörleriyle herhangi bir anlamlı bulgu elde edilememiştir.

Tablo 6. EKGYO Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
EKGYO(-1)	0.945101	0.063954	1.477.774	0.0000***
EKGYO(-2)	0.114656	0.069226	1.656.254	0.0989*
DOWJONES	3.14E-05	1.43E-05	2.193.261	0.0292**

DOWJONES(-1)	-4.86E-06	1.98E-05	-0.245948	0.8059
DOWJONES(-2)	-2.48E-05	1.43E-05	-1.737.090	0.0836*
VIX	0.000434	0.001359	0.319178	0.7499

Tablo 6 EKGYO hisse senedi için analiz bulgularını göstermektedir. Dow Jones endeksi ile pozitif yönde ilişki görünürken ikinci gecikme değeriyle negatif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 7. EREGL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
ERGL(-1)	0.998145	0.009075	1.099.934	0.0000***
DOWJONES	0.000209	7.75E-05	2.697.576	0.0075***
DOWJONES(-1)	7.56E-05	0.000106	0.715753	0.4748
DOWJONES(-2)	-0.000240	7.61E-05	-3.153.880	0.0018***
VIX	0.007772	0.007654	1.015.432	0.3109

ERGL hisse senedi için hesaplanan bulgular Tablo 7’de yer almaktadır. Dow Jones endeksiyle olan pozitif etkileşimi ikinci gecikme değeriyle negatif etkiye dönmektedir.

Tablo 8. FROTO Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
FROTO(-1)	0.981710	0.062638	1.567.282	0.0000***
FROTO(-2)	0.009706	0.087935	0.110381	0.9122
FROTO(-3)	-0.211567	0.087407	-2.420.468	0.0162
FROTO(-4)	0.245239	0.063254	3.877.033	0.0001***
DOWJONES	0.002098	0.000809	2.592.523	0.0101
DOWJONES(-1)	2.33E-05	0.001105	0.021085	0.9832
DOWJONES(-2)	-0.002108	0.000797	-2.643.464	0.0087***
VIX	-0.026681	0.081207	-0.328551	0.7428

FROTO hisse senedi için bulgular tablo 8’de açıklanmaktadır. Dow Jones ile olan pozitif ilişkisi gecikme değerlerinden ikincisinde negatif yönde ortaya çıkmaktadır.

Tablo 9. GARAN Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
GARAN(-1)	1.068.447	0.061755	1.730.127	0.0000***
GARAN(-2)	0.019962	0.090180	0.221354	0.8250
GARAN(-3)	-0.219533	0.090214	-2.433.470	0.0157**

GARAN(-4)	0.152531	0.064146	2.377.890	0.0182**
DOWJONES	0.000263	8.56E-05	3.067.625	0.0024***
DOWJONES(-1)	-0.000241	8.63E-05	-2.794.466	0.0056***
VIX	0.022129	0.014552	1.520.649	0.1296
VIX(-1)	-0.025207	0.013864	-1.818.174	0.0702*

Tablo 9’da GARAN hisse senedi için elde edilen bulgular sunulmaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif ilişkili ancak birinci gecikme değeri için negatif bir etki görülmüştür. VIX endeksi ile negatif ilişki saptanmıştır.

Tablo 10. GUBRF Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
GUBRF(-1)	1.070.063	0.009462	1.130.944	0.0000***
DOWJONES	-0.000413	9.80E-05	-4.208.743	0.0000***
VIX	0.002318	0.054351	0.042643	0.9660
VIX(-1)	-0.198980	0.070684	-2.815.063	0.0053***
VIX(-2)	0.110675	0.053437	2.071.135	0.0394**

Tablo 10’ GUBRF için uygulama sonuçlarını göstermektedir. Dow Jones endeksi ile pozitif bir etki görünürken endeksin gecikme değerleriyle ilgili bir bulguya rastlanmamıştır. VIX endeksi ile de ilk gecikme için negatif yönde ikinci gecikme için pozitif yönde etki tespit edilmiştir.

Tablo 11. HEKTAS Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
HEKTS(-1)	1.008.574	0.063310	1.593.080	0.0000***
HEKTS(-2)	-0.303979	0.086294	-3.522.583	0.0005***
HEKTS(-3)	0.554133	0.086486	6.407.209	0.0000***
HEKTS(-4)	-0.195909	0.067982	-2.881.762	0.0043***
DOWJONES	-1.15E-05	1.45E-05	-0.788619	0.4311
VIX	0.001137	0.006272	0.181219	0.8563

Tablo 11. HEKTAS hisse senedi için analiz bulgularını sunmaktadır. Dow Jones ve VIX faktörleri kapsamında bir etki görülmemektedir.

Tablo 12. ISCTR Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
ISCTR(-1)	0.849838	0.062151	1.367.383	0.0000***
ISCTR(-2)	0.077914	0.083718	0.930674	0.3529

ISCTR(-3)	-0.062786	0.084688	-0.741379	0.4592
ISCTR(-4)	0.184147	0.066335	2.776.017	0.0059***
DOWJONES	6.80E-05	3.45E-05	1.969.269	0.0500*
DOWJONES(-1)	-5.83E-05	3.44E-05	-1.695.339	0.0913*
VIX	-0.001236	0.003183	-0.388316	0.6981

Tablo 12’de ISCTR hisse senedine dair gerçekleştirilen uygulama çıktıları yer almaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif olan etki bu endeksin birinci gecikmesi ile negatif ilişki ortaya koymaktadır.

Tablo 13. KCHOL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
KCHOL(-1)	0.805167	0.062027	1.298.098	0.0000***
KCHOL(-2)	0.239510	0.064416	3.718.192	0.0002***
DOWJONES	0.000563	0.000170	3.304.382	0.0011
DOWJONES(-1)	-2.09E-05	0.000213	-0.098374	0.9217
DOWJONES(-2)	-0.000150	0.000210	-0.715404	0.4750
DOWJONES(-3)	-0.000399	0.000164	-2.433.145	0.0157**
VIX	0.034222	0.027691	1.235.838	0.2177
VIX(-1)	-0.017651	0.032584	-0.541710	0.5885
VIX(-2)	0.042368	0.032821	1.290.906	0.1979
VIX(-3)	-0.059515	0.027639	-2.153.316	0.0323**

Tablo 13 üzerinde KCHOL hisse senedi uygulama sonuçları bulunmaktadır. Dow Jones endeksi ile olan pozitif ilişki üçüncü gecikme için negatif yönde ortaya çıkmıştır.

Tablo 14. KOZAA Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
KOZAA(-1)	1.146.311	0.062693	1.828.465	0.0000***
KOZAA(-2)	-0.119859	0.066452	-1.803.700	0.0725*
DOWJONES	-8.09E-08	2.61E-05	-0.003102	0.9975
VIX	-0.010023	0.009733	-1.029.789	0.3041

Tablo 14’de KOZAA hisse senedi için tespit edilen bulgular gösterilmektedir. Uluslararası faktörler ile ilişkili olmadığı görülmüştür.

Tablo 15. KOZAL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
KOZAL(-1)	1.331.081	0.063408	2.099.233	0.0000***

KOZAL(-2)	-0.167411	0.107870	-1.551.970	0.1219
KOZAL(-3)	0.011689	0.109783	0.106471	0.9153
KOZAL(-4)	-0.119926	0.073694	-1.627.354	0.1049
DOWJONES	-0.000225	0.000178	-1.261.485	0.2083
VIX	-0.095486	0.064732	-1.475.108	0.1414

Tablo 15 üzerinde KOZAL hisse senedine ait anaiz sonuçları sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre uluslararası faktörler ile herhangi bir ilişki görülmemektedir.

Tablo 16. KRDMD Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
KRDMD(-1)	1.103.322	0.062812	1.756.548	0.0000***
KRDMD(-2)	-0.261684	0.092434	-2.831.042	0.0050***
KRDMD(-3)	0.153636	0.063778	2.408.912	0.0167
DOWJONES	2.49E-05	1.21E-05	2.048.985	0.0415**
VIX	-0.000591	0.003955	-0.149397	0.8814

Tablo 16’da KRDMD hisse senedi için analiz sonuçlar bulunmaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif ilişki görülmüştür.

Tablo 17. PETKM Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
PETKM(-1)	1.167.516	0.062903	1.856.055	0.0000***
PETKM(-2)	-0.432338	0.097415	-4.438.084	0.0000***
PETKM(-3)	0.446740	0.102018	4.379.016	0.0000***
PETKM(-4)	-0.163643	0.069192	-2.365.070	0.0188
DOWJONES	-3.28E-06	3.59E-05	-0.091466	0.9272
DOWJONES(-1)	8.08E-05	4.90E-05	1.649.734	0.1003
DOWJONES(-2)	-7.10E-05	3.53E-05	-2.010.611	0.0455*
VIX	-4.50E-05	0.003511	-0.012817	0.9898

Tablo 17 üzerinde PETKM hisse senedi için yapılan analiz bulguları açıklanmaktadır. Dow Jones ile ikinci gecikme değeri için negatif bir etki ortaya çıkmıştır.

Tablo 18. PGSUS Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
PGSUS(-1)	0.915682	0.062415	1.467.097	0.0000***
PGSUS(-2)	-0.010203	0.085038	-0.119979	0.9046

PGSUS(-3)	0.177615	0.066511	2.670.447	0.0081***
DOWJONES	-0.000299	0.000140	-2.142.737	0.0331**
VIX	-0.087548	0.103667	-0.844511	0.3992
VIX(-1)	-0.296874	0.135927	-2.184.072	0.0299**
VIX(-2)	0.304121	0.102603	2.964.061	0.0033***

Tablo 18. PGSUS hisse senedi için yapılan araştırma sonuçları ortaya koymaktadır. Dow Jones ile negatif yönde etki ortaya konulmuştur. VIX değişken ile ilk gecikme için negatif ikinci gecikme için pozitif etki saptanmıştır.

Tablo 19. SAHOL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
SAHOL(-1)	0.774897	0.062223	12.45363	0.0000***
SAHOL(-2)	0.367417	0.079534	4.619638	0.0000***
SAHOL(-3)	-0.231775	0.079292	-2.923054	0.0038***
SAHOL(-4)	0.134235	0.065175	2.059614	0.0405
DOWJONES	0.000358	7.87E-05	4.555348	0.0000***
DOWJONES(-1)	-0.000251	0.000102	-2.448541	0.0150**
DOWJONES(-2)	-9.87E-05	5.99E-05	-1.648413	0.1005
VIX	0.034830	0.013257	2.627337	0.0091***
VIX(-1)	-0.034358	0.012789	-2.686548	0.0077***

SAHOL hisse senedine dair analiz bulgular tablo 19’da yer almaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif yönde olan ilişkisi ilk gecikme değerinde negatif olarak ortaya çıkmıştır. VIX endeksi ile de benzer bir etki görülmektedir.

Tablo 20. SASA Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
SASA(-1)	1.400.816	0.058352	2.400.634	0.0000**
SASA(-2)	-0.198160	0.098376	-2.014.311	0.0451**
SASA(-3)	-0.646530	0.099725	-6.483.150	0.0000***
SASA(-4)	0.470220	0.062094	7.572.675	0.0000***
DOWJONES	0.000419	0.000246	1.704.710	0.0895
DOWJONES(-1)	4.30E-05	0.000332	0.129347	0.8972
DOWJONES(-2)	-0.000470	0.000239	-1.968.463	0.0501*
VIX	0.036719	0.023336	1.573.460	0.1169

SASA hisse senedi için gerçekleştirilen analizin sonuçları tablo 20’de gösterilmektedir. SASA hisse senedi Dow Jones ile pozitif ilişkilidir an-

cak bu ilişki gecikme değerlerine bakıldığında ikinci gecikmede negatif olarak gerçekleşmektedir.

Tablo 21. SISE Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
SISE(-1)	0.776182	0.061398	1.264.187	0.0000***
SISE(-2)	0.260229	0.063264	4.113.357	0.0001***
DOWJONES	9.94E-05	5.44E-05	1.827.341	0.0688*
DOWJONES(-1)	3.09E-05	7.42E-05	0.416605	0.6773
DOWJONES(-2)	-1.94E-05	7.42E-05	-0.261258	0.7941
DOWJONES(-3)	-0.000110	5.34E-05	-2.058.881	0.0405**
VIX	0.005079	0.005427	0.935790	0.3503

SISE hisse senedi için tespit edilen analiz bulguları tablo 21 üzerinde yer almaktadır. Dow Jones endeksi ile olan pozitif ilişkisi üçüncü gecikme değerinde negatif şekilde ortaya çıkmıştır.

Tablo 22. TAVHL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TAVHL(-1)	0.960930	0.063137	1.521.967	0.0000***
TAVHL(-2)	-0.198047	0.087700	-2.258.233	0.0248**
TAVHL(-3)	0.129771	0.087399	1.484.816	0.1389
TAVHL(-4)	0.148970	0.064197	2.320.497	0.0211**
DOWJONES	0.000356	0.000168	2.117.278	0.0352**
DOWJONES(-1)	7.88E-05	0.000230	0.342632	0.7322
DOWJONES(-2)	-0.000167	0.000231	-0.721368	0.4714
DOWJONES(-3)	-0.000247	0.000167	-1.473.512	0.1419
VIX	0.007481	0.016467	0.454268	0.6500

TAVHL hisse senedine ait uygulamanın sonuçlar tablo 22’de gösterilmektedir. Dow jones ile pozitif ilişkili olduğu görülmüştür.

Tablo 23. TCELL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TCELL(-1)	0.915040	0.062231	1.470.382	0.0000***
TCELL(-2)	0.112866	0.065621	1.719.959	0.0867*
DOWJONES	0.000214	6.84E-05	3.128.695	0.0020***
DOWJONES(-1)	-0.000182	9.31E-05	-1.951.781	0.0521*
DOWJONES(-2)	0.000138	9.35E-05	1.480.496	0.1400
DOWJONES(-3)	-0.000169	6.63E-05	-2.556.051	0.0112**
VIX	0.003206	0.007070	0.453521	0.6506

TCELL hisse senedi için yapılan uygulamada çıkan sonuçlar tablo 23 üzerinde sunulmaktadır. Dow Jones ile olan pozitif ilişkinin üçüncü gecikme değeri ile negatif yönde olduğu saptanmıştır.

Tablo 24. THYAO Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
THYAO(-1)	1.029.250	0.062677	1.642.147	0.0000***
THYAO(-2)	-0.249046	0.093161	-2.673.278	0.0080***
THYAO(-3)	0.077582	0.099444	0.780158	0.4360
THYAO(-4)	0.219868	0.070646	3.112.239	0.0021***
DOWJONES	0.000410	0.000150	2.722.715	0.0069***
DOWJONES(-1)	-4.51E-05	0.000206	-0.218836	0.8270
DOWJONES(-2)	-9.72E-05	0.000207	-0.470488	0.6384
DOWJONES(-3)	-0.000221	0.000149	-1.483.613	0.1392
VIX	0.012057	0.014662	0.822372	0.4117

Tablo 24. THYAO hisse senedine ait araştırma sonuçları sunulmaktadır. Dow Jones endeksi ile pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 25. TKFEN Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TKFEN(-1)	1.022.651	0.013127	7.790.606	0.0000***
DOWJONES	9.79E-05	9.93E-05	0.985695	0.3252
DOWJONES(-1)	0.000174	0.000137	1.275.344	0.2034
DOWJONES(-2)	-0.000252	9.84E-05	-2.564.361	0.0109
VIX	0.001106	0.009305	0.118825	0.9055

TEKFEN hisse senedine ait analizin sonuçları tablo 25’de açıklanmaktadır. Dow jones endeksinin bu hisse senedi üzerinde etkisi sadece ikinci gecikme değeri için negatif yönde ortaya çıkmıştır.

Tablo 26. TOASO Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TOASO(-1)	1.236.938	0.062664	1.973.925	0.0000***
TOASO(-2)	-0.332959	0.098594	-3.377.077	0.0008***
TOASO(-3)	0.116650	0.064550	1.807.133	0.0719
DOWJONES	0.000456	0.000236	1.936.356	0.0540
DOWJONES(-1)	-4.09E-05	0.000320	-0.127731	0.8985
DOWJONES(-2)	-0.000382	0.000230	-1.662.619	0.0976
VIX	-0.009964	0.023179	-0.429847	0.6677

Tablo 26.'da TOASO hisse senedine ait bulgulara yer verilmektedir. Bu hisse senedinin Dow Jones endeksi ile pozitif yönde ilişki olduğu ancak ikinci gecikme değerinde etkinin negatif orata çıktığı görülmektedir.

Tablo 27. TTKOM Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TTKOM(-1)	0.863431	0.062686	1.377.397	0.0000***
TTKOM(-2)	0.178734	0.087329	2.046.664	0.0418
TTKOM(-3)	0.174687	0.089952	1.942.010	0.0533
TTKOM(-4)	-0.159091	0.068771	-2.313.333	0.0215
DOWJONES	8.28E-05	4.01E-05	2.064.193	0.0400
DOWJONES(-1)	-5.12E-06	5.40E-05	-0.094736	0.9246
DOWJONES(-2)	4.11E-06	5.44E-05	0.075495	0.9399
DOWJONES(-3)	-8.59E-05	3.90E-05	-2.204.578	0.0284
VIX	-0.005561	0.004389	-1.266.946	0.2064

Tablo 27. Üzerinde TTKOM hisse senedine ait analiz bulguları raporlanmaktadır. Sonuçlara göre Dow Jones endeksi ile pozitif yönde ilişki görülmekte ancak bu etki üçüncü gecikme değeri için negatif olarak belirlenmektedir.

Tablo 28. TUPRS Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TUPRS(-1)	0.809589	0.062275	1.300.029	0.0000***
TUPRS(-2)	0.018124	0.080667	0.224675	0.8224
TUPRS(-3)	0.206103	0.062281	3.309.259	0.0011
DOWJONES	0.001712	0.000882	1.940.532	0.0534
DOWJONES(-1)	0.001857	0.001207	1.537.948	0.1253
DOWJONES(-2)	-0.001110	0.001218	-0.911588	0.3629
DOWJONES(-3)	-0.002214	0.000892	-2.482.664	0.0137
VIX	0.089472	0.085935	1.041.158	0.2988

TUPRS hisse senedine ait sonuçlar tablo 28 üzerinde raporlanmaktadır. Elde edilen bulgular Dow Jones endeksi ile pozitif ilişkiyi göstermektedir. Bu ilişki üçüncü gecikme değeri için negatif olarak saptanmaktadır.

Tablo 29. VESTL Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
VESTL(-1)	1.058.514	0.063758	1.660.200	0.0000***
VESTL(-2)	0.032767	0.097226	0.337017	0.7364
VESTL(-3)	-0.284847	0.100859	-2.824.208	0.0051
VESTL(-4)	0.291313	0.075324	3.867.489	0.0001
DOWJONES	-0.000149	4.75E-05	-3.135.665	0.0019
VIX	-0.033909	0.012995	-2.609.473	0.0096

VESTL hisse senedine ait yapılan analizin çıktıları tablo 29 üzerinde sunulmaktadır. Bu hisse senedinin hem Dow Jones endeksinden hem VIX endeksinde negatif yönde etkilendiği tespit edilmiştir.

Tablo 30. YKBNK Hisse Senedi Bulgular Tablosu

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
YKBNK(-1)	1.089.733	0.057652	1.890.197	0.0000***
YKBNK(-2)	-0.070923	0.086880	-0.816333	0.4151
YKBNK(-3)	-0.413150	0.087269	-4.734.211	0.0000***
YKBNK(-4)	0.449060	0.060688	7.399.494	0.0000***
DOWJONES	7.15E-05	2.02E-05	3.536.827	0.0005***
DOWJONES(-1)	-7.75E-05	2.74E-05	-2.830.148	0.0050***
DOWJONES(-2)	3.91E-05	2.76E-05	1.413.179	0.1589
DOWJONES(-3)	2.42E-05	2.76E-05	0.874874	0.3825
DOWJONES(-4)	-5.34E-05	1.96E-05	-2.722.735	0.0069***
VIX	0.000475	0.002020	0.235016	0.8144

YKBNK hisse senedi için gerçekleştirilen analizde tablo 30 üzerinde gösterilen bulgulara erişilmiştir. YKBNK hisse senedinin Dow Jones endeksinden pozitif yönde etkilendiği görülmektedir. Dow Jones endeksinin gecikme değerlerine bakıldığında ise YKBNK üzerinde ortaya çıkan etkinin birinci ve üçüncü gecikme değerlerinde negatif yönde olduğu anlaşılmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

AKBNK, ARCLK, EKGYO, EREGL, FROTO, GARAN, ISCTR, KCHOL, KRDM, SAHOL, SASA, SISE, TAVHL, TCELL, THYAO, TOASO, TTKOM, TUPRS ve YKBNK hisse senetleri üzerinde Dow Jones endeksinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu saptanmıştır. Tespit edilen bu etki Dow Jones endeksinin gecikme değerleri ile farklı olarak gerçekleşmiştir. AKBNK için Dow Jones'un birinci ve üçüncü gecikme değerlerinden negatif yöne etki oluşmaktadır. ARCLK hisse senedi Dow Jones'un üçüncü gecikme değerinde negatif etki ortaya koymaktadır. EKGYO hisse senedi Dow Jones endeksinin ikinci gecikme değerinde negatif yönde etki oluşturmaktadır. EREGL üzerinde Dow Jones endeksinin ikinci gecikme değerinde negatif etki bulunmuştur. FROTO'da Dow Jones endeksinin ikinci gecikme değerinde negatif etki görülmektedir. GARAN Dow Jones endeksinin birinci gecikme değerinden negatif yönde etkilenen olmuştur. ISCTR hisse senedi Dow Jones endeksi ile birinci gecikmede negatif etki sağlamıştır. KCHOL'da Dow Jones endeksinin üçüncü gecikme değerinde negatif etki gözlemlenmiştir. KRDM için Dow Jones endeksinin gecikme değerlerinde anlamlı etki bulunmamıştır. SAHOL, Dow Jones'un ilk gecikme değeri ile negatif yönde etki sunmuştur. SASA için Dow Jones'un ikinci gecikme değeri negatif yönde olmuştur. SISE hisse senedi Dow Jones endeksinin üçüncü gecikmesinde negatif yönde etki ortaya çıkarmıştır. TAVHL için Dow Jones endeksinin gecikme değerlerinde anlamlı bir etki bulunamamıştır. TCELL hisse senedi için Dow Jones endeksinin üçüncü gecikme değerinde anlamlı etki bulunmuştur. THYAO hisse senedi için Dow Jones gecikme değerlerinde anlamlı etki bulunamamıştır. TOASO hisse senedinde Dow Jones endeksinin ikinci gecikme değerinde negatif etki görülmektedir. TTKOM Dow Jones endeksinin üçüncü gecikme değeri için negatif etki göstermektedir. TUPRS Dow Jones endeksinin üçüncü gecikmesinden negatif etkilenen olmaktadır. YKBNK hisse senedi Dow Jones endeksinin hem birinci ve hem üçüncü gecikme değerlerinden negatif yönde etkilenmektedir. Elde edilen bu bulgulara göre Dow Jones endeksi ile haftalık bazda pozitif etki saptanmış yani ABD piyasalarını etkileyen ekonomik eğilimler ile Türkiye pay senedi piyasasında yer alan hisse senetlerinin çoğunluğunun benzer olduğu söylenebilmektedir. Ancak, geçmiş haftaları için gecikme değerleri esas alındığında genellikle ters yönde bir etki meydana geldiği görülmektedir.

Dow Jones endeksinin negatif şekilde etkilediği hisse senetleri GUBRF, VESTL, PGSUS ve PETKM olmuştur. GUBRF negatif yönde ve anlamlı olarak Dow Jones endeksinden etkilenmektedir. Dow Jones endeksinden negatif yönde etkilenen bir diğer hisse senedi VESTL olmaktadır. PGSUS hisse senedi için de negatif etki olduğu saptanmıştır. PET-

KM hisse senedi ise haftalık değeriinde Dow Jones ile ilişkili görülmezken haftalık değeriilerin ikinci gecikmesinde negatif yönde etki saptanmıştır. Bu kapsamda yer alan hisse senetlerinin küresel piyasalar ile zıt yönde ilerleyen bir eğilimi olduğu söylenebilir. Küresel ekonomik değişimlerde ortaya çıkabilecek risklerin hedge edilebilmesi için bu hisse senetlerinin kullanabileceği ileri sürülebilmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen VIX endeksi ile ASELS, GARAN, GUBRF ve PGSUS istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler sunmuştur. Tespit edilen anlamlı ilişkiler daha çok gecikme değeriinde görülmüştür. ASELS hisse senedi VIX endeksi ile gecikme değeriinde ilişki ortaya koymuştur. İkinci gecikme değeriinde pozitif yönde olan ilişki dördüncü gecikme değeriinde yüksek derecede anlamlı ve negatif ortaya çıkmıştır. GARAN negatif yönde birinci gecikme değeri ile ilişkili çıkmıştır. GUBRF hisse senedi birinci gecikme değeri için negatif ikinci gecikme değeri için pozitif yönde etki ortaya koymuştur. PGSUS hisse senedi VIX endeksinden ilk gecikme için negatif yönde ikinci gecikme için pozitif yönde etkilenmektedir. Sahol hisse senedi üzerinde pozitif bir etki görülürken bu etki ilk gecikme değeriinde negatife dönmektedir. Bu bulgulara göre BİST 30 endeksinde yer alan firmaların çok azının VIX ile ilişki içinde olabileceği ortaya konulmuştur. VIX endeksi küresel düzeyde korku endeksi olarak adlandırılmaktadır. Tespit edilen anlamlı ilişkilerin düşüklüğü pay senedi piyasamızın küresel çaptaki volatiliteden düşük düzeyde etkilendiği yorumunu ortaya çıkarabilmektedir.

AKSEN, BIMAS, HEKTAS, KOZAA ve KOZAL hisse senetlerinin araştırma incelenen Dow Jones endeksi ve VIX endeksi değişkenleri ile herhangi bir anlamlı ilişkisi olduğu saptanamamıştır. Bu hisse senetlerinin BİST 30 içerisinde yer alan diğer işletmelerden farklı dinamiklere sahip olduğu ve hisse senedi fiyatı tahminlerinde bu dinamiklerin dikkate alınması gerektiği söylenebilmektedir.

Kaynaklar

- Ahoniemi, K. (2008). Modeling and forecasting the VIX index. Available at SSRN 1033812.
- Akdağ, S. (2019). VIX korku endeksinin finansal göstergeler üzerindeki etkisi: Türkiye örneği. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(1), 235-256.
- BAŞARIR, Ç. (2018). Korku Endeksi (VIX) ile Bist 100 Arasındaki İlişki: Frekans Alanı Nedensellik Analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 19(2), 177-191.
- da Silva Ribeiro, A. A., Leite, Á. R., & Justo, W. R. (2016). Cointegration and causality analysis of macroeconomic variables and Dow Jones on Ibovespa. Revista de Administração da UFSM, 9(1), 121-137.
- Erdoğdu, H., & Baykut, E. (2016). BIST Banka Endeksi'nin (XBANK) VIX ve MOVE Endeksleri ile İlişkinin Analizi. Bankacılar dergisi, 98, 57-72.
- Drożdż, S., Grümmer, F., Ruf, F., & Speth, J. (2001). Towards identifying the world stock market cross-correlations: DAX versus Dow Jones. Physica A: Statistical Mechanics and its Applications, 294(1-2), 226-234.
- Kaya, E. (2015). Borsa İstanbul (BIST) 100 endeksi ile Zımnı Volatilite (VIX) endeksi arasındaki eş-bütünleşme ve granger nedensellik.
- Kaya, A., & Coşkun, A. K. (2015). Vix endeksi menkul kıymet piyasalarının bir nedeni midir? Borsa istanbul örneği. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 16(1), 175-186.
- Mursalin, A., Oktaviani, D., & Niswan, E. (2017). The Influence Of Dollar Exchange Rate, The Dow Jones Index And The Interest Rate Of Certificate Of Bank Indonesia (Sbı) On The Composite Stock Price Index (During The Period Of January 2015 To December 2015). International Journal on Recent Trends in Business and Tourism (IJRTBT), 1(2), 69-80.
- Nkoro, E., & Uko, A. K. (2016). Autoregressive Distributed Lag (ARDL) cointegration technique: application and interpretation. Journal of Statistical and Econometric methods, 5(4), 63-91.
- Tekin, B., & Hatipoğlu, M. (2017). The effects of VIX index, exchange rate & oil prices on the BIST 100 index: A quantile regression approach. Tekin, B, Hatipoğlu, M.(2017). The Effects of VIX Index, Exchange Rate & Oil Prices on the BIST, 100, 627-634.
- Oktavia, S. H., Utary, A. R., & Defung, F. (2018). The Effect of Commodity Price on Indonesia Rupiah Exchange Rate and Dow Jones Index on Indonesia Stock Exchange. Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA, 5(2), 109-118.
- Özen, E., & Tetik, M. (2019). Did developed and developing stock markets react similarly to Dow Jones during 2008 crisis?. Frontiers in Applied Mathematics and Statistics, 5, 49.

- Özdemir, L., Özen, E., & Grima, S. (2019). Relationship of Causality Between Spot And Futures Markets of Borsa Istanbul Index 30 and Dow Jones Industrial Average.
- Murthy, V. N., & Okunade, A. A. (2016). Determinants of US health expenditure: Evidence from autoregressive distributed lag (ARDL) approach to cointegration. *Economic Modelling*, 59, 67-73.
- Neffelli, M., & Resta, M. (2018). Is VIX still the investor fear gauge? Evidence for the US and BRIC markets. *arXiv preprint arXiv:1806.07556*.
- Sadeghzadeh, K. (2018). Borsanın Psikolojik Faktörlere Duyarlılığı: Oynaklık Endeksi (VIX) ve Tüketici Güven Endeksi (Tge) İle Bist 100 Endeksi Arasındaki İlişkiler. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 238-253.
- Sakarya, Ş., & Akkuş, H. T. (2018). BIST-100 ve BIST sektör endeksleri ile vix endeksi arasındaki ilişkisinin analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 351-374.
- Sarıtaş, H., & Nazlıoğlu, E. H. (2019). Korku endeksi, hisse senedi piyasası ve döviz kuru ilişkisi: Türkiye için ampirik bir analiz. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(4), 542-551.
- Telek, C. (2020). VIX Endeksinin Türkiye’de portföy yatırımları ve döviz kurlarıyla ilişkisi. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(3), 635-646.
- Tetik, M., & Özen, E. (2016). Overreaction hypothesis and reaction of Borsa Istanbul to Dow-Jones. *interaction*, 6(2).
- Tunçel, M. B., & Gürsoy, S. (2020). Korku Endeksi (Vix), Bitcoin Fiyatları Ve Bist100 Endeksi Arasındaki Nedensellik İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(76), 1999-2011.
- Yıldırım, H. (2022). VIX or investors scare?. *Quality & Quantity*, 56(2), 769-777.

“

Bölüm 3

DÖNGÜSEL EKONOMİ TABANLI TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Alparslan OĞUZ¹

”

1 Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Kemah Meslek Yüksek Okulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, aoguz@erzincan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1920-5674>

Giriş

Son elli yılda, kaynak talebinde hiçbir zaman bir istikrar veya düşüş dönemi olmamıştır (Oberle vd., 2019). Aşırı kaynak üretimi ve tüketimi; hava, su ve toprakta kirlilik, kaynakların kıtlığı ve tükenmesi, biyolojik çeşitliliğin azalması, ekosistemlerin kaybı ve iklim değişikliği gibi ciddi çevre sorunları ortaya çıkarmıştır (Murray vd., 2017). Ellen MacArthur Foundation (EMF) (2013)’e göre, belirtilen sürdürülebilirlik sorunlarının önemli bir nedeni, kaynakların ve ürünlerin al-yap-at şeklinde tek yönlü bir akışta hareket ettiği doğrusal ekonomik modeldir. Doğrusal ekonomide, hammaddeden ürünlerin son kullanıcıya kadar sadece üretim ve tüketime odaklanılmaktadır. Bu nedenle, süreç sonunda büyük miktarda atık oluşmaktadır. Bu atıklar çevreye ve topluma ciddi zararlar vermektedir. Ayrıca tedarik zincirinde iletilen hammaddelerin çöpe atılması nedeniyle tekrardan kullanılma imkanı olmamaktadır. Doğrusal ekonominin bu dezavantajlarının üstesinden gelmek için hammadde döngülerini kapsayan döngüsel ekonomi (Circular Economy-CE) devreye girmektedir. Doğrusal ekonomide atık yönetimi sadece atık minimizasyonu ile ilgilenirken, döngüsel ekonomide atıklar geri dönüşüme yönlendirilmekte ve geri dönüştürülmüş ürünler toplumda başka bir ürün olarak kullanılmaktadır. Doğrusaldan CE’ye geçiş, yalnızca doğrusal ekonominin olumsuz etkilerini azaltan küçük bir düzenlemeyi değil, aynı zamanda bir dizi yol gösterici ilkeye dayanan bütün bir sistem yaklaşımını gerektirir. Bu ilkeler, uzun vadeli ekonomik fırsatların yaratılmasını sağlayarak ve aynı zamanda toplumsal ve çevresel faydalar sunarak, esnekliğin CE sistemine yerleştirilmesine izin verir (Ripanti ve Tjahjono, 2019).

CE, sürdürülebilir kalkınma konusunda önem kazanmakta ve zorluklara karşı tam veya kısmi bir çözüm olarak görülmektedir (Geissdoerfer vd., 2017). CE sisteminin verimli ve etkili olabilmesi için tedarik zinciri yönetiminin öneminin kavranması gerekmektedir. CE’nin azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm ilkeleri doğru tedarik zinciri uygulamaları ile birleştğinde başarılı olacağı ifade edilebilir. Geleneksel tedarik zincirlerinde ürünlerin akışı yukarıdan aşağı olarak gerçekleşmektedir. CE’nin yapısı gereği ürün veya atıklar geri dönüşüm yoluyla tekrar ekonomiye kazandırılmaktadır. Bunun gerçekleşmesinde ise tersine tedarik zinciri yönetimi kavramı öne çıkmaktadır. Diğer taraftan atıkları en aza indirmeye yönüyle sürdürülebilir ve yeşil tedarik zinciri ile CE kavramları örtüşmektedir. Belirtilen hususlar doğrultusunda, kaynak döngülerini kapatmak, daraltmak, yavaşlatmak, yoğunlaştırmak ve kaydılaştırmak için tedarik zincirlerinin yapılandırılması ve koordinasyonu olarak tanımlanan döngüsel tedarik zinciri kavramı ortaya çıkmıştır (Geissdoerfer vd., 2018). Çalışmada, CE tanımı ve ilkeleri ile tedarik zinciri yönetimi ara-

sındaki ilişkiden bahsedilmiştir. Buna ek olarak döngüsel tedarik zinciri kavramı açıklanmıştır.

1. Döngüsel Ekonomi

1.1. Döngüsel Ekonomi Tanımı ve Önemi

CE kavramı, farklı düşünce yapılarından ortaya çıkmıştır. Çevre ekonomistleri Pearce ve Turner (1989) öncelikle ekolojik ekonomist Boulding'in (1966) çalışmaları üzerine dairesel ekonomik sistem inşası kavramını tanıtmıştır. Boulding'in döngüsel bir sistem olarak ekonomi fikri, Dünya'daki insan yaşamının sürdürülebilirliğinin korunması için bir ön koşul olarak görülmektedir. Bu sistem, dış çevre ile neredeyse hiç madde alışverişi olmayan kapalı bir yapıdır. Pearce ve Turner (1989) sonrasında, madde ve enerji bozulmasını temel alan termodinamik yasasının (Georgescu-Roegen, 1971) bir sonucu olarak geleneksel açık uçlu ekonomik sistemden Döngüsel ekonomik sisteme geçişi açıklamıştır. Bu yazarlara göre, kaynakların sağlanması, yaşam destek sistemi, atık havuzu ve emisyonlar olmak üzere çevrenin üç ekonomik işlevi bulunmaktadır.

Akademisyenlere göre CE, temelde tartışmalı bir kavramdır (Korhonen vd., 2018). Bu görüş, CE üzerinde tanımsal bir ortak görüş olmadığını belirtir. Kavramsallaştırma, operasyonelleştirme ve geliştirmedeki karmaşık ve çeşitli gündemler nedeniyle fikir birliğine varılan bir tanım mevcut değildir (Kirchherr vd., 2017). Yapılan farklı tanımlara bakıldığında EMF (2013) CE'yi, malzemelerin, ürünlerin ve sistemlerin akıllı tasarımına odaklanan, sınırlı kaynakların tüketimini en aza indirmeyi amaçlayan küresel ekonomik bir model olarak tanımlamıştır. Charonis (2012) ise CE'yi, onarıcı ve yenileyici olacak şekilde tasarlanmış bir sistem olarak tanımlanmıştır. Bu yazar, CE'yi "büyüme söylemine alternatif" değil "alternatif bir büyüme söylemi" olarak görmektedir. Genel olarak, CE, ekonominin "maddi olarak açık" veya "doğrusal" bir sistem olduğu - ürün yaşam döngüsü boyunca atıkları dikkate almadan doğal kaynakların üretim ve tüketime dönüştürüldüğü - bakış açısına bir karşıtlık sağlamak için kullanılır (Allen vd., 2021). CE, uygun ve yeniden kullanım temelinde kaynakların değişimi yoluyla üretim (ve tüketim) verimliliğini artırmayı ve daha azıyla daha fazlasını yapmayı amaçlayan ekonomik bir model tasarlamının bir yolu olarak düşünülebilir. Bunu yapabilmek için, üretim ve tüketim sistemleri ile bileşen süreçlerinin kaynak alışverişinden ve bileşenler arasındaki etkileşimden yararlanabilecek şekilde yapılandırılması gerekir (Ghisellini vd., 2016)

CE, geleneksel doğrusal modele bir alternatiftir ve modern çağda toplumun karşılaştığı sürdürülebilirlik sorunlarıyla mücadele etmek için en iyi seçenek olarak kabul edilmektedir (Geisendorf ve Pietrulla 2018;

Gregson vd., 2015). CE, tasarımı gereği yenileyici ve onarıcıdır ve ekonomideki döngüsel kaynak akışları ile karakterize edilir (EMF, 2013; Su vd., 2013). Özellikle, yenilikçi ürün tasarımı ve atık yönetimi yoluyla CE, teknik malzemelerin yeniden kullanım, yeniden üretim ve geri dönüşüm oranlarını önemli ölçüde artırır ve biyolojik malzemeleri süresiz kullanarak doğal sermayeyi korumaktadır (Jabbour vd., 2018). Yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişle desteklenen CE, üç ilkeye dayalı olarak ekonomik, doğal ve sosyal sermaye oluşturur. Bu ilkeler, atıkları ve kirliliği tasarlamak, ürünleri ve malzemeleri kullanımda tutmak ve doğal sistemleri yeniden oluşturmak olarak sıralanabilir (EMF, 2017).

Pearce ve Turner (1990) CE'yi dört fonksiyona ayırmıştır. Bu fonksiyonlar, konfor değerleri, ekonomi için bir kaynak temeli, artık akışlar için bir havuz ve yaşam destek sistemi olarak sıralanmaktadır. Hu vd., (2011), CE yaklaşımındaki temel felsefeyi, madde ve enerji akışı yönetimine ve aktörler arasında iş birliğine dayanan, birbirlerinin atık malzemesini ve enerjisini kaynak olarak kullanabilecekleri bir endüstriyel ve ekonomik sistemin ortaya çıkmasını sağlamak ve geliştirmek olarak ifade etmiştir. Bu yönüyle sistemin malzeme ve enerji girişini en aza indireceği ifade edilebilir. EMF (2013) CE'yi malzemelerin, ürünlerin ve sistemlerin akıllı tasarımı ve iş modeli aracılığıyla onarıcı bir konsepti destekleyen endüstriyel bir sistem olarak tanımlamıştır. Preston (2012) bunu çevresel, kaynaklar, teknoloji ve tüketici talebinin bir kombinasyonu olan küresel üretim ve tüketim sistemlerinin yeniden tasarlanması olarak yorumlamıştır. Bu konsept, teknik ve biyolojik döngüler arasında ayrım yaparak ürünleri, bileşenleri ve malzemeleri her zaman en yüksek fayda ve değerde optimize etmeye yönelik ticari faaliyetleri teşvik edebilir. EMF (2013) CE'yi teknik ve biyolojik malzeme olarak iki tür daireye ayırmıştır. Teknik malzeme dairesi, bakım, yeniden kullanım/dağıtım, yenileme/yeniden üretim ve geri dönüşümden oluşur. Biyolojik materyaller dairesinde ise biyolojik materyallerin biyosfere güvenli bir şekilde salınabilmesinden önce biyokimyasal besleme stoğunun ekstraksiyonu ve anaerobik çürütme/kompostlama gibi spesifik işlemler gereklidir. Her iki süreçte de yeniden işlenecek malzeme miktarını maksimize etmek ve dolayısıyla kullanım noktasına yeniden sirküle etmek için sızıntı en aza indirilmelidir.

CE literatür akışları genellikle CE süreçlerini yönetmek yerine doğrusal ekonomi sorunlarını tanımlamaya odaklanmıştır. Bu süreçler, bölgesel veya endüstri düzeyinde (endüstriyel ekoloji, simbiyoz veya metabolizma), tedarik zinciri düzeyinde (tersine lojistik veya kapalı döngü tedarik zincirleri) veya ürün seviyesi (malzeme Döngüsellik indeksi) hatta organizasyonel düzeyde oluşup oluşmadığına bağlı olarak farklı isimler altında incelenir (Korhonen vd., 2018).

CE'nin teorik arka planını açıklamayı amaçlayan çoğu çalışma, öncelikle neoklasik ekonomi, durağan durum ekonomisi ve CE arasında bir ayrım yapmaktadır. Ana akım ekonomi (neoklasik) doğrusal bir ekonomi modeli varsayar ve yakın zamana kadar ekonomik kalkınmanın teorik temeli olmuştur. Neoklasik iktisat, temel olarak piyasadaki kaynakların etkin dağılımına odaklanır ve doğal kaynakların sınırlı ve tükenebilir doğasını hesaba katan analitik araçlar sağlamada başarısız olur. Durağan durum ekonomisi yaklaşımı, ekonomik faaliyetleri doğanın getirdiği kısıtlamalar içinde tutmaya çalışarak bu boşluğu doldururken, CE ayrıca yasalara göre düzenlenmiş bir ekonomik model önermektedir (Ghisellini vd., 2016)

CE, daha sürdürülebilir bir kalkınmaya ve uyumlu bir topluma yol açması beklenen yeni bir iş modeli olarak görülmektedir (Zhijun ve Nailing, 2007; Geng ve Doberstein, 2008; Mathews ve Tan, 2011; Naustdalslid, 2014). Sürdürülebilir kalkınma, incelenen bir ekonominin, sektörün veya bireysel endüstriyel sürecin ekonomik, çevresel, teknolojik ve sosyal yönlerinin ve tüm bu yönler arasındaki etkileşimin dengeli ve eş zamanlı olarak dikkate alınmasını gerektirir (Ren vd., 2013) . CE, temel olarak çevresel ve politik ve ekonomik ve ticari yönlerden kaynaklanan temel mantığı sayesinde tüm unsurları uzlaştırmaya olumlu katkıda bulunur. (Birat, 2015) CE, yeni bir iş modeli ve yenilikçi istihdam fırsatları ile karakterize edilen daha yeşil bir ekonominin uygulanmasına yönelik kaynakların daha uygun ve çevreye duyarlı bir şekilde kullanılmasını teşvik etmektedir (EMF, 2013; Stahel, 2014).

Bununla birlikte, CE uygulamasına ilişkin araştırmaların temel olarak faydaların parasal akıılardan ziyade fiziksel olarak analizine ilişkin endüstriyel ekoloji fikrine dayandığı ve halen de kök saldığı belirtilmelidir (Andersen, 2007; Mathews ve Tan, 2011). Malzemelerin geri dönüştürülmesinden elde edilen faydaların, geri dönüşümün çevresel veya ekonomik olarak net bir fayda sağlamak için çok pahalı olabileceği bir sınır noktasına ulaşılan kadar azalma eğiliminde olduğunu belirtmek önemlidir. Aslında, Daly'nin (1977) de işaret ettiği gibi, CE, yüzde 100 geri dönüşümü garanti edemez (Andersen, 2007). Zhu ve Wu (2007), CE'nin istikrarlı bir durum ekonomisi çerçevesine yerleştirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. CE, kökten yeni kalıpları anlama ve uygulama ve toplumun düşük malzeme, enerji ve çevresel maliyetlerle veya sıfır maliyetle artan sürdürülebilirlik ve refah düzeyine ulaşmasına yardımcı olma potansiyeline sahiptir.

1.2. Döngüsel Ekonomi İlkeleri

CE, literatürde esas olarak üç ana “eylem” yoluyla ortaya çıkar. Bunlar; azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm olarak adlandırılan 3R ilkeleridir (Zhijun ve Nailing, 2007; Yong, 2007; Sakai vd., 2011; Preston, 2012; Reh, 2013; Su vd., 2013). CE, esas olarak 3R ile uyumlu insan ekonomik faaliyetlerini gerektiren ekolojik bir ekonomidir. Azaltma, üretim ve tüketim sürecinde madde miktarını azaltmak anlamına gelmektedir. Yeniden kullanım, ürün ve hizmetin zaman yoğunluğunun uzatılmasıyla ilgili bir kavramdır. Geri dönüşüm ise kullanımdan sonra yenilenebilir kaynakların yenilenmesine odaklanmaktadır. CE, geleneksel tek yönlü doğrusal ekonomik “kaynak – ürün – atık” modelini, sürdürülebilir kalkınma kavramına uygun, kaynak kullanan ve çevreyi koruyan “kaynak – ürün – atık – yenilenebilir kaynak” CE moduna dönüştürür. Bu madde en az kaynak tüketimi ve çevre maliyeti ile en çok ekonomik ve sosyal fayda elde etmeyi amaçlar. CE, kaynak ve çevre koruma bilincini daha da güçlendirerek yeşil tedarik zinciri yönetimi stratejisinin uygulanmasını teşvik etmektedir.

Azaltma ilkesinin amacı, üretim ve tüketim süreçlerinde verimliliğin iyileştirilmesi yoluyla birincil enerji, hammadde ve atık girdisini en aza indirmektir. Bu ilkenin gerçekleşmesi daha iyi teknolojiler veya daha kompakt ve hafif ürünler, basitleştirilmiş paketlenme, daha verimli ev aletleri, daha basit bir yaşam tarzı vb. yoluyla sağlanabilir (Zhijun ve Nailing, 2007; Su vd., 2013). Eko-verimlilik (üretim aşaması), temel olarak sürdürülebilirliğin ekonomik ve çevresel boyutuna odaklanan ve sosyal boyutu göz ardı eden bir iş kavramıdır. Bu kavramın aksine, “kaynak verimliliği” kavramı, kaynakların azaltılmasını ve aynı zamanda ekonomik ve sosyal refahın artırılmasını ifade etmektedir (Ness, 2008). Üretim tarafında şirketlerin üretim süreçlerinde eko-verimliliklerini artıracabilecekleri iki temel yol bulunmaktadır. Bu yollar çevresel etkileri azaltma ve ürünlerin değerini koruma ya da artırma şeklinde gerçekleşebilir. Bu durum, üretilen değer birimi başına daha az kaynak kullanarak ve üretilen değer birimi başına mevcut zararlı maddeleri daha az zararlı maddelerle değiştirerek sağlanabilir (Figge vd., 2014).

Yeniden kullanım ilkesi, “atık olmayan ürün veya bileşenlerin tasarlandıkları amaç için yeniden kullanıldığı herhangi bir işlem” anlamına gelmektedir (EU, 2008). Ürünlerin yeniden kullanımı, işlenmemiş malzeme ve geri dönüştürülmüş malzeme ile karşılaştırıldığında daha az kaynak, enerji ve emek gerektirir. Bu yönüyle, çevresel fayda açısından önemli olduğu ifade edilebilir. Castellani vd. (2015), ürünlerin yeniden kullanımının birçok çevresel etkinin yanı sıra zararlı maddelerin emisyonunu da önlediğini belirtmiştir. Yeniden kullanımın yaygınlaşması, kullanılmış ve yeniden üretilmiş ürünlere yönelik tüketici talebindeki artışı, çoklu kul-

lanım döngüleri için dayanıklı ürünlerin tasarımını, şirketlerin ürünlerin geri alınmasını ve yeniden üretilmiş ürünlerin pazarlanmasını desteklemeye yönelik teşvikleri içermektedir (Prendeville vd., 2014). Connett vd. (2011), bir ürün yeniden kullanılamıyor, geri dönüştürülemiyor veya kompostlaştırılamıyorsa, endüstrinin böyle bir ürünü üretmemesi ve tüketicilerin satın almaması gerektiği görüşünü belirtmiştir. Bu görüş, yeniden kullanılacak veya geri dönüştürülecek atıkların toplanması açısından daha olumlu sonuçlar elde etmek için tüketiciler de dahil olmak üzere tüm paydaşlar arasında paylaşılan bir sorumluluğu vurgulamaktadır. Örneğin, Japonya elektrikli ürünlerin geri dönüşüm amaçlı iadesi konusunda zorunlu bir tüketici sorumluluğu uygulamaktadır (Ghisellini, 2016).

Geri Dönüşüm ilkesi, atık malzemelerin orijinal veya başka amaçlarla ürünlere, malzemelere veya maddelere yeniden işlendiği geri kazanım işlemini ifade etmektedir (EU, 2008). Atıkların geri dönüşümü, işlenmesi ve/veya bertaraf edilmesi gereken atık miktarını azaltılmasının yanı sıra tekrardan kullanılabilir kaynaklardan yararlanılması yönüyle çevresel etkilerin azaltılmasına katkı sağlar (Dajian, 2008; Lazareviç vd., 2012, Birat, 2015). Bir şirket veya toplum tüm atıklarını geri dönüştürebiliyorsa eğer atık miktarını azaltmakla ilgilenmeyebilir (Gwehenberger vd., 2003).

CE genellikle geri dönüşüm ilkesi ile özdeşleştirilse de, bunun kaynak verimliliği ve karlılık açısından diğer CE ilkelerine (Azaltma ve Yeniden Kullanım) kıyasla en az sürdürülebilir çözüm olabileceğinin altı çizilmiştir (Stahel, 2014). Çünkü, bazı atık maddeler belirli bir noktaya kadar geri dönüştürülebilirken bazı maddelerin geri dönüşümü mümkün olmayabilir. Örneğin selüloz lifleri, çok kez geri dönüştürülebilirken mürekkep ve metaller gibi kirleticilerin varlığı nedeniyle bazı plastik atık türleri geri dönüştürülemez. (Reh, 2013; Prendeville vd., 2014). Bu bağlamda, bazı yazarlar malzemelerin (Bilitewsky, 2012) ve birbirine karıştırılmış malzemelerin (Stahel, 2013) geri dönüşümüyle ilişkili riskleri tartışmaktadır. Burada temel konu mevcut ve yeni geliştirilmiş ya da yeni geliştirilen kimyasallar için küresel düzeyde üzerinde anlaşılmaya varılmış bir risk değerlendirme programının geliştirilme ihtiyacıdır. Bir başka konu ise yeniden kullanım, onarım ve yeniden üretimin yerel veya bölgesel bir boyutu vardır. Bu boyut, mülkiyetin sürdürülmesi yoluyla paketleme, nakliye maliyetleri ve işlem maliyetlerini önleyebilir veya azaltabilir. Geri dönüşümün ise küresel bir boyutu vardır. Bu boyut endüstriyel üretim ilkeleri, ölçek ekonomileri, uzmanlaşma ve en ucuz işgücünün istihdam edilmesi gibi konuları kapsar (Stahel, 2013).

CE ilkeleri, farklı bağlamlarda çok sayıda araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. Huamao ve Fengqi (2007) ve Yuan vd. (2006), malzemelerin/enerjinin azaltılması, yeniden kullanılması ve geri dönüştürülmesi anlamına gelen “3R” de CE ilkelerini özetlemiştir. Hu vd. (2011), CE’nin

temel felsefesini, aktörler ve madde arasındaki iş birliğine dayanan ve sistemin bakir malzeme ve enerji girdisini en aza indirmek için kaynak olarak atık malzeme ve enerjiyi kullanarak endüstriyel ve ekonomik bir sistemin ortaya çıkışını arttırmak olarak ifade etmiştir. Stahel (2013) CE kavramının uygulanmasında CE ilkelerinin önemini vurgulamıştır. Genel olarak kullanılan 3R ilkelerine ek olarak 2015'te EMF, artırılmış doğal sermayeyi koruyan, kaynak getirilerini optimize eden ve sistem etkinliğini destekleyen diğer görüşler aracılığıyla CE ilkelerini tanımlamıştır.

- Sistem düşüncesi, CE'ye bütünsel olarak bakılması gerektiğini ve CE'deki tüm öğelerin/bileşenlerin birbirini bütünleyen ve etkileyen bir sistem olarak düşünülmesi gerektiğini öne sürer. (Chen, 2010; Li vd., 2009; EMF, 2013).

- Döngüsellik, bir ürünün veya bileşenin veya malzemenin değerini, kullanımda daha uzun süre tutarak korumak için döngüsel bir süreç geliştirmeyi savunur, örn. onarım, yeniden kullanım, yeniden üretim ve geri dönüşüm (Yong, 2007; Mathews ve Tan, 2011; EMF, 2015; Lacy ve Rutqvist, 2015; Webster, 2015; Blomsma ve Brennan, 2017).

- Yenilik, CE'de bir sistemi yeniden tasarlamayı teşvik etmek ve amacının optimum sonuçlarına ulaşmak için yeni, özgün yöntem ve fikirlerin kullanılmasını önerir CE'yi sağlar (Sempels ve Hoffman, 2013).

- Yerleşik esneklik, bir CE sisteminin çeşitli sorunlardan hızlı bir şekilde kurtulması için dahili kapasitesi, sağlamlığı ve yanıt verebilirliği ile ilgilidir (EMF, 2013, 2015).

- Kademeli oryantasyon, ürün veya malzemeleri dolaşımda daha uzun süre tutmayı ve farklı türde ürün veya malzemelere dönüştürülmesini amaçlar (EMF, 2015; Hollander vd., 2017; Kalmykova vd., 2018; Vouvoulis, 2018).

- Atıkların ortadan kaldırılması, ürün tasarımının en başından itibaren atıkların ortadan kaldırılması gerektiğini vurgular ve sonraki dolaşım aşamalarında, israfın nasıl daha da azaltılıp ortadan kaldırılabilirliğini sistematik olarak değerlendirir (Mathews ve Tan, 2011; Blomsma ve Brennan, 2017; Vouvoulis, 2018).

- Ürün geri kazanımında, dolaşım boyunca malzeme ve ürünlerin izlenmesini sağlamak için uygun ve ekonomik olarak uygulanabilir teknolojiler benimsenebilir (Geng ve Doberstein, 2008; Pan vd., 2015).

- Pazar durumu, CE'nin yeni iş fırsatları yaratmasını sağlayacak ve böylece ürünlerin, bileşenlerin veya malzemelerin yeniden kullanılabilirliğini teşvik eder (Geng ve Doberstein, 2008; Preston, 2012; Stahel, 2013; Ma vd., 2014).

- Değişimin optimizasyonu, sorunların dinamiklerinden etkilenen sistem veya iş modellerinin uygulanmasında esastır ve çevre, kaynaklar, teknoloji ve tüketici talebini dikkate alır (EMF, 2013, 2015).

- Ekonomik optimizasyon, esnek bir ekonominin oluşturulabilmesi için üretim ve tüketim, hizmet ve para arzını gerçekleştirmeyi amaçlar, (Pintér, 2006; Yong, 2007; Kalmykova vd., 2018).

- Alıkonan değerın maksimizasyonu, değerin uzatılabilmesi için uygun bir arıtma sistemi oluşturarak zamanla değeri düşen ürünleri veya bileşenleri korumayı amaçlar (Yuan vd., 2006; Huamao ve Fengqi, 2007; Mathews ve Tan, 2011).

- Döngüsellik içinde malzeme standartlarının ve bilgi akışının oluşturulması için işbirlikçi ağ gereklidir. Bu ağ, ortak hedeflere ulaşmak için paydaşların bir endüstri sektörü içinde veya farklı sektörler arasında birlikte çalışmasına olanak tanır (Geng ve Doberstein, 2008; Hu vd., 2011; Preston, 2012).

- Yenilenebilir enerjiye geçiş, CE'nin çıktı birimi başına enerji kullanımını azaltma yeteneğini vurgular (Ma vd. , 2015; Pan vd, 2015).

- Çevre bilinci, çevresel düzenlemelere bağlı kalarak çevresel kaynakların korunmasını ve çevresel etkilerin azaltılmasını teşvik eder (Hongchun, 2006; Pinjing vd., 2013; Su vd., 2013; Hollander vd., 2017).

2. Döngüsel Ekonomi Ve Tedarik Zinciri Yönetimi İlişkisi

2.1. Döngüsel Ekonomi ve Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi

STZY, müşteriden türetilen ekonomik, çevresel ve sosyal, sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutundan da hedefler göz önünde bulundurularak tedarik zinciri boyunca şirketler arasındaki iş birliğinin yanı sıra malzeme, bilgi ve sermaye akışlarının yönetimi olarak tanımlanır. (Seuring ve Müller, 2008). Ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe vurgu yapmasına rağmen, STZY literatürü daha çok tedarik zinciri faaliyetlerinin çevresel ayak izini en aza indirmeye odaklanmıştır (Malik vd., 2019). Yeşil kaynak kullanımı (Appolloni vd., 2014), yeşil ürün tasarımı (Linton vd, 2007), yeşil üretim (Deif, 2011) ve yeşil lojistik (Song vd., 2016) gibi çevresel açıdan sürdürülebilir uygulamalar, kuruluşların çevreye zararlı girdileri çevre dostu malzemeler ve enerji kaynaklarıyla değiştirerek kaynak açısından daha verimli olmayı amaçlamaktadır. Tedarik zincirlerinde daha temiz üretim ve kaynak verimliliğine yapılan STZY vurgusu, ürün ve üretim süreci ile ilişkili kaynak kullanımındaki azalma nedeniyle CE literatüründe 'kaynak döngüsünün daraltılması' olarak tanımlanmaktadır

(Bocken vd., 2016). Kaynak döngülerini yavaşlatma ve kapatma konusundaki CE ilkeleri, kaynakların yeniden kullanımına ve kurtarılmasına öncelik vermektedir. Kaynak döngüsünün yavaşlatılması, onarım ve yeniden üretime izin veren ürün tasarımları ile sağlanır (Bocken vd., 2016). Bununla birlikte, onarıcı ve rejeneratif bir CE sistemine ulaşmanın nihai amacı, malzeme ve enerji döngülerini kapatan kaynakların geri dönüştürülmesiyle kolaylaştırılır (DeAngelis vd., 2018; Yang vd., 2018).

Modern iş dünyasında firmalar, büyük ölçüde tedarik zincirleri boyunca faaliyet gösterir ve rekabet eder (Tate vd., 2012). Malzemelerin üretimi ve kullanımı, tedarik zinciri ortakları arasında büyük ölçüde birbirine bağlıdır. Tedarik zinciri iş birliği, çevresel ve finansal performansı iyileştirmek için gereklidir (Liu ve De Giovanni, 2019). Döngüsel bir malzeme restorasyonu ve rejenerasyon sisteminin geliştirilmesi, örneğin atık yönetimi organizasyonları gibi tedarik zinciri ortaklarına da bağlıdır. Döngüsel bir sistem oluşturulması için CE'nin tedarik zinciri düzeyinde operasyonel hale getirilmesi gerekir. Mevcut tedarik zinciri yönetimi (TZY) kavramı, adı ve bir "zincir" olarak doğası ile temsil edilen doğrusal bir modele dayanmaktadır (Jain vd., 2018). TZY'nin lineer doğasında, mevcut ileri zincir operasyonel performans (örneğin maliyet ve hız) açısından verimli iken, restorasyon ve rejenerasyon fonksiyonlarının (örneğin ters zincirler) eklenmesi bu verimliliği bozar (Pagell ve Wu 2009). Bununla birlikte, acil sürdürülebilirlik zorlukları, özellikle artan kaynak sıkıntısı riski, CE ile uyumlu bir döngüsel TZY gerektirir. Döngüsel bir TZY, hammadde alımından, tüm tedarik zinciri aktörlerinin teknik malzemeleri sistematik olarak geri yüklediği ve biyolojik malzemeleri sıfır atık vizyonuna doğru yeniden ürettiği, kullanım ömrü sonu ürün ve atık yönetimine kadar sistem çapında yenilikler geliştirebilir (Farooque vd., 2019).

CE'ye geçiş için tasarım yeniliğinin gerekli olduğu açıktır. Ürün tasarımı, döngüsel sistemde atık ve kirliliği tasarlamak için temel bir yeniden düşünmeyi gerektirir. Doğrusal ekonomi modelinde, ürünler kullanım ömrü sonu seçenekleri göz önünde bulundurularak tasarlanmamıştır ve bu nedenle, gömülü kaynaklar süresiz olarak atık akışına kaybedilerek büyük ölçüde çöplüklerde sona erer. Ekonomik perspektiften bakıldığında, doğrusal modeldeki ürünlerin, tekrar tüketimi ve üretimi ve dolayısıyla karı teşvik etmek için planlı eskime tasarım stratejisini izlemesi daha olasıdır (Bridgens vd, 2019). Ancak doğrusal ürün tasarımı, sürekli olarak atık yaratır ve doğal kaynak sıkıntısı tehdidi altında iş risklerini artırır (Eichner ve Pethig 2001). Buna karşılık, Döngüsel ürün tasarımı, yani CE ilkelerine uygun ürün tasarımı, demontaj ve yeniden montaj tasarımı, uzun ömürlü ürünler ve ürün ömrünün uzatılması yoluyla tüketilen kaynakların 'menşe noktasından' döngüsellliğini sağlar. (Bocken vd., 2016). Sonuç olarak, CE ilkelerine göre tasarlanan ürünler, lineer ekonominin aksine

ekosistem için sorundan ziyade çözümdür. Döngüsel sistemdeki ürünler ve bunların gömülü kaynakları ekonomik fırsatlar yaratır (örneğin üretim ve tedarik maliyetlerinde azalma), atık azaltma ve biyolojik ayrışma yoluyla çevresel performansı iyileştirir ve hem yüksek hem de düşük vasıflı işgücünde istihdam yaratır (Wijkman ve Skånberg 2015).

STZY ve CE arasındaki örtüşme, esas olarak bir tedarik zincirinin aşağı akış operasyonlarına yönelik geri dönüşüm faaliyetlerinde meydana gelir. Kapalı döngü tedarik zincirleri, aynı tedarik zinciri içinde ürün değerini eski haline getirmek için geleneksel tersine lojistik konseptini yeniden üretim, yeniden kullanım, onarım, yenileme ve geri dönüştürmeyi (5R) içerecek şekilde genişletmiştir. Açık döngü tedarik zincirleri, 5R'ler için kapalı döngüyü tedarik zinciri dışındaki üretim sistemlerine kadar genişletir (Batista vd., 2018). Endüstriyel ekosistemdeki kaynakları geri dönüştürmek ve kurtarmak için işbirlikçi bir çaba aynı zamanda CE felsefesinin temel bir ilkesidir. Bu husus, CE literatüründe endüstriyel simbiyoz olarak bilinir. Etkili bir endüstriyel simbiyoz, kolektif kaynak kullanımını ve çevresel etkiyi en aza indirmek için endüstriyel ortaklar arasında malzeme, su ve enerji akışı alışverişini ifade etmektedir (Patricio vd., 2018).

Kapalı ve açık döngü tedarik zinciri yaklaşımları, STZY'yi CE'ye yaklaştırmaktadır. Fakat bu iki yaklaşım, ekonomik kalkınma ve ekolojik sürdürülebilirliği dengelemenin daha proaktif bir yolu olarak CE'nin üretim sisteminin hem onarıcı hem de yenileyici olma felsefi hedeflerini yakalayamamaktadır. Onarıcı CE sistemi, orijinal duruma iyileşmeyi desteklemektedir. Yenileyici CE sistemi ise yeni ve daha yüksek bir değer durumuna iyileştirmeyi hedeflemektedir (Batista vd., 2018). Diğer bir ifadeyle, kapalı ve açık döngü tedarik zincirleri değer geri kazanımını hedeflerken, bir CE üretim sistemi, geri kazanılan malzemeden ek değer yaratma fırsatlarını amaçlar. Açık döngü tedarik zincirleri ve endüstriyel simbiyozlar, diğer endüstriler tarafından değer kazanmak için kullanılacak tedarik zinciri atıklarının kullanımı için yollar açmıştır. Bununla birlikte, CE literatürü, kuruluşların ve toplumların mal ve hizmetleri nasıl ürettiği ve tükettiği konusunda radikal bir değişikliği savunmaktadır. Mevcut değer yaratma mimarisinin iş modeli inovasyonu yoluyla yeniden düzenlenmesi, yenileyici bir CE sistemini mümkün kılacak fırsatları belirlemenin anahtarı olarak görülmektedir (Hofmann, 2019).

2.2. Döngüsel Ekonomi ve Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi

Yeşil tedarik zinciri yönetimi (YTZY), “kirlilik sonrası arıtma” fikrinin tamamen değiştirilmesini gerektirir ve “kirliliğin kaynağında azaltılması, önce önleme, sonra arıtma” kavramına vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, ürün tasarımı ve satın alma aşamalarında çevre üzerindeki etki, işletme arıtma maliyetleri ile işletmenin çevresel ve ekonomik performansına dair tüm hususlar önemle düşünülmelidir. YTZY uygulamaları organizasyonel, tedarik zinciri, endüstriyel ve küresel endüstriyel ağ analiz düzeylerini içerebilir (Zhu ve Cote, 2004; Yu vd., 2008; Ageron vd, 2012; Tachizawa ve Wong, 2015). YTZY bir kuruluş için ürün yaşam döngüsü süreci perspektifinden tanımlanmıştır. Bu süreç perspektifi, iç çevre yönetimini, tedarikçi ve müşteri temelli dış çevre yönetimini ve tersine lojistik boyutlarını içerir (Zhu ve Sarkis, 2004). Geng vd., 2017, YTZY uygulamalarının beş ana unsuru içerecek şekilde tanımlanmıştır. Bu unsurlar; yeşil satın alma, çevre için eko-tasarım veya tasarım, çevresel kaygılar için müşteri işbirliği ve yatırım kurtarmadır.

YTZY ve CE, birbiriyle örtüşen ve birbirini tamamlayan sürdürülebilir kalkınma kavramlarıdır (Genovese vd., 2017; Zhu vd., 2011). YTZY ve CE uygulamalarının her ikisi de farklı bakış açılarıyla çevresel ve ekonomik performansı iyileştirmeyi amaçlamaktadır. YTZY, temel olarak çevresel performansın iyileştirilmesine odaklanırken ekonomik performans da kavramla ilişkilendirilebilir (Sarkis, 2012). Benzer şekilde, CE felsefesi, çevresel ve kaynak zorluklarını hafifletirken ekonomik kalkınmayı iyileştirebilecek bir politika olarak desteklenmiştir. Diğer bir ifade ile YTZY, çevresel performansı vurgulama eğilimindeyken, CE ekonomik performansa nispeten daha fazla vurgu yapmaktadır (Geng vd., 2009; Sarkis, 2012). Literatürde, YTZY ve CE’yi dikkate alan çalışmalar bulunmaktadır (Zhu ve Sarkis, 2004; Su vd, 2013; Brandenburg vd, 2014; Dubey vd., 2016; Ghisellini vd., 2016).

YTZY ve CE arasında teorik ve pratik bağlantılar bulunmasının yanı sıra bu iki kavram ve bunların bağlantıları arasındaki ilişkide bazı belirsizliklerde vardır. Araştırmacılar, YTZY ve CE arasında benzerlikler bulunduğunu ve uygulamaların bazı düzeylerde eşdeğer olduğunu kabul etmektedir (Zhu ve Cote, 2004; Sarkis, 2012). Genovese vd., (2017) ise bir Birleşmiş Milletler Çevre Programı raporunda, YTZY ve CE arasında uyumun artan yönde olduğunu belirtmiştir. Aminoff ve Kettunen (2016)’e göre yeşil tedarik zincirleri, CE’ye yönelik önemli bir eylem birimidir. İşletme düzeyinde CE uygulamaları, ters tedarik zincirlerinin tasarımı, geri dönüşüm, yeniden kullanım veya ömrünü tamamlamış ürünlerin yeniden üretilmesi eylemlerine katkı sağlamaktadır (Nasir vd., 2017).

3. Döngüsel Tedarik Zinciri Yönetimi

Geleneksel iş modelleri ile CE için tasarlananlar arasındaki tartışmasız en büyük fark, değer yaratma ve teslimat unsurlarında ve burada özellikle tedarik zincirinde yatmaktadır. Kaynakların tedarik zincirlerinde yukarıdan aşağı tek yönlü akışı, tedarik zincirlerinin tipik bir özelliğidir. Geleneksel TZY, büyük ölçüde operasyonel verimliliği artırmak için bu doğrusal ilişkiye dayalı stratejiler geliştirmeye odaklanmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirlik konularını barındırması pek olası değildir (Pagell ve Wu 2009; Pagell ve Shevchenko 2014). Kaynak döngülerini kapatmak, daraltmak, yavaşlatmak, yoğunlaştırmak ve kaydılaştırmak için tedarik zincirinin konfigürasyonunu ve koordinasyonunu içeren döngüsel tedarik zinciri yönetimi (DTZY) terimi kullanılmaktadır. Döngüsel TZY, tedarik zinciri düzeyinde döngüsel bir sistemi kavramsallaştırmak için geçmiş araştırmalardan geliştirilmiştir. Döngüsel tedarik zincirlerinin tasarımına ilk katkıda bulunanlar arasında Thierry tal bulunmaktadır [80]. DTZY'nin CE'nin uygulanması için önemine rağmen, oldukça keşfedilmemiş bir araştırma alanı olmaya devam etmektedir (Homrich vd, 2017). Ayrıca, DTZY'yi sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi (Wu ve Pagell, 2011) veya yeşil tedarik zinciri yönetimi (Zhu ve Sarkis, 2004) gibi diğer ilgili ancak aynı olmayan kavramlarla bağdaştırmak önemlidir.

DTZY kavramı, pazarlama, satış, Ar-Ge, üretim, lojistik, bilgi teknolojileri, finans ve müşteri hizmetleri organizasyonel fonksiyonlarının iş birimleri ve organizasyonlar içinde yapılandırılması ve koordinasyonu olarak tanımlanmaktadır. Farooque, Zhang, Thurer ve ark. (2019) ise döngüsel TZY'yi, tedarik zinciri ve çevresindeki endüstriyel ve doğal ekosistemlerin yönetimine döngüsel düşüncenin entegrasyonu olarak ifade etmiştir. DTZY'nin amacı: Sisteme giren kaynak ve sistemden çıkan atık ve emisyon sızıntısını en aza indirmek, sistemin operasyonel etkinliğini ve verimliliğini artırmak, rekabet avantajı yaratmak için malzeme ve enerji döngülerini yavaşlatmak, yoğunlaştırmak, daraltmak ve kaydılaştırmak olarak sıralanabilir (Geissdoerfer vd., 2018).

Döngüsel TZY, tedarik zinciri operasyonlarını bütünleştirmeye yönelik beşikten beşiğe yaklaşımına ve özellikle kaynak akışının dolaşımına ve atık yönetimine dayanmaktadır (Weetman 2016). Döngüsel TZY, sıfır atık vizyonuyla biyolojik materyalleri rejeneratif döngülerde ve teknik materyalleri restoratif döngülerde dolaştırarak ham kaynak çıkarma talebini büyük ölçüde azaltır. Döngüsel TZY'nin diğer konseptlere dayanan önemli bir gelişimi hem kapalı hem de açık döngü tedarik zinciri tasarımını dahil etmektir (Farooque vd., 2019). Döngüsel TZY'deki kritik bileşenlerden biri, kaynakların geriye doğru akışını yaratan ve tedarik zincirlerinde döngüsellliği sağlamak için ilgili bilgileri üreten tersine lojistik faaliyetleridir (Larsen vd., 2017). Aslında, bir ters tedarik zinciri,

orijinal ürün üreticisi veya bir üçüncü şahıs tarafından kullanım sonrası ürünlerin değer geri kazanımı yoluyla tüm yaşam döngüsü boyunca değer yaratmayı en üst düzeye çıkarmak için ürün tasarımı, operasyonları ve yaşam sonu yönetimi ile ilgili faaliyetleri içerir. Tersine tedarik zincirlerinin faydaları nedeniyle, imalat sanayilerinin son zamanlarda zincir sonu çözümlerinden tüm yaşam döngüsü değerlendirmelerine ve entegre çevresel stratejilere odaklanmaya geçerek sürdürülebilir üretim elde etmeye çok daha fazla önem vermesi şaşırtıcı değildir. Ters tedarik zinciri ile sağlanan döngüsellik, aynı tedarik zincirlerinde çalışan firmaların atıkların ve biyolojik besinlerin değerini geri kazanmak için iş birliği yaptığı kapalı bir döngü olabilir (Guide ve Van Wassenhove 2009). Döngüsel TZY, aynı veya farklı endüstri sektörlerinden tedarik zinciri koordinasyonu ve iş birliği ile atık değerinin geri kazanılabileceği açık döngü tedarik zincirlerini de desteklemelidir. Hem kapalı hem de açık döngü Döngüsel TZY ile atıklar, aynı ve farklı tedarik zincirleri için girdi olarak sürekli olarak emilir (Genovese vd., 2017).

Ters tedarik zincirleri ya açık döngü ya da kapalı döngüdür. Temel olarak, açık döngü tedarik zincirleri, bu malzemeleri veya ürünleri yeniden kullanabilen orijinal üreticiler dışındaki taraflarca geri kazanılan malzemeleri içerir. Öte yandan, kapalı döngü tedarik zincirleri, ürünleri müşterilerden geri alma ve iade etme uygulamasıyla ilgilenir. Burada ürünün tamamını veya bir kısmını yeniden kullanarak katma değer geri kazanılması için orijinal üreticiye geri iletilmesi önemlidir (Frech ve LaForge, 2006). Tersine tedarik zincirlerinin faydaları nedeniyle, imalat sanayilerinin son zamanlarda işlem sonu çözümlerinden ziyade tüm yaşam döngüsü değerlendirmelerine ve entegre çevresel stratejilere odaklanmaya geçerek sürdürülebilir üretim elde etmeye çok daha fazla önem vermesi doğal bir süreç olarak kabul edilebilir (OECD, 2014).

4. Sonuç

Son yüzyılda artan nüfusa bağlı olarak tüketim hızla artmaktadır. Müşteri ihtiyaçları endüstriler tarafından karşılanırken tüketim sonrası ise atıklar oluşmaktadır. Atıkların oluşmasında doğrusal ekonomik modelin temel felsefesi olan kaynak-ürün-atık sıralaması önemli rol oynamaktadır. Bu modelde ürün, istenilen faydayı sağladıktan sonra atık olarak son bulmaktadır. Bu atıklar ise zamanla toplum için zararlı yapılara dönüşmektedir. Belirtilen zorluklara karşı akademi ve sektör CE modelini önermiştir. CE, doğrusal modelin temel felsefesine ek olarak geri dönüşüm adımını modeline dahil etmiştir. CE'nin temel amacı ürün ve ya malzemelerin tekrar kullanılabilir yapıda olmalarını sağlamaktır. Böylece, atıklar tekrar kullanılıp hem ekonomik değer hem de çevresel fayda sağlanacaktır. Bu

konuda, CE’de geri dönüştürülemeyen ürünlerin üretilmemesi gerektiğine dair görüşler dahi bulunmaktadır.

CE’nin genel olarak kullanılan azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm olmak üzere üç ilkesi bulunmaktadır. Azaltma, üretim ve tüketim sürecinde madde miktarını azaltmaya odaklanırken yeniden kullanım, ürün ve hizmetin tekrar kullanılması ile ilgili bir kavramdır. Geri dönüşüm ise kullanımdan sonra kaynakların yenilenmesine odaklanmaktadır. Belirtilen üç ilkenin uygulanmasında tedarik zinciri yönetimi kritiktir. Özellikle geri dönüşüm uygulamasında tersine tedarik zinciri uygulamalarına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda, CE sürecinin verimli olabilmesi için tedarik zinciri süreçlerinin son derece doğru yürütülmesi gerektiği ifade edilebilir.

CE ve tedarik zinciri süreçleri birçok farklı noktada örtüşmektedir. Sürdürülebilir tedarik zincirlerinde ürün ve üretim sürecinde kaynak kullanımının azaltılması, CE literatüründe kaynak döngüsünün daraltılması kavramına benzemektedir. Bu kavram, CE ilkelerinde, kaynakların yeniden kullanımına ve kurtarılmasına vurgu yapmaktadır. Kapalı ve açık döngü tedarik zinciri yaklaşımları, ekonomik kalkınma ve ekolojik sürdürülebilirlik yönüyle CE’ye yakın bir yapı olmasına rağmen CE’nin onarıcı ve yenileyici yönünü yakalayamamaktadır. Yeşil tedarik zinciri ve CE uygulamalarının her ikisi de çevresel ve ekonomik performansı artırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçların detayında yeşil tedarik zincirlerinin çevresel performansı, CE’nin ise daha çok ekonomik performansı önemseddiği görülmektedir.

Geleneksel tedarik zincirlerinde tek yönlü akış olması yönüyle sürdürülebilir işlevler sınırlıdır. Bu sınırlılığı aşmak adı yapılan geri dönüşüm uygulamaları ile döngüsel tedarik zinciri kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavramın temelinde döngüsel ekonomi ilkeleri ve tedarik zinciri uygulamaları bulunmaktadır. Özellikle yeniden kullanım ve geri dönüşüm ilkelerinin tedarik zinciri üzerindeki etkisi ile sağlanan döngüsel yapı, hammaddeden daha uzun süre yararlanma, ürünün geri dönüştürülebilir yapıda üretilmesini sağlama, atıkların ekonomiye tekrar kazandırılması ve çevresel zararın azaltılması gibi çok önemli faydalar sağlamaktadır. Bu bağlamda, belirtilen faydaların artırılması için CE ve tedarik zincirlerinin uyumluluğunu artırmak ve bu iki kavramın yaygınlaşmasını sağlamanın önemli olacağı ifade edilebilir. Burada her bir sürecin kritik olması yanı sıra tedarik zincirindeki paydaşlara atıkların geri dönüşümünde önemli rol düşmektedir. Üreticilerin ise döngüsel yapıya uygun ürünler üretmesi önemlidir.

KAYNAKÇA

- Ageron, B., Gunasekaran, A., & Spalanzani, A. (2012). Sustainable supply management: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 168-182.
- Allen, S. D., Zhu, Q., & Sarkis, J. (2021). Expanding conceptual boundaries of the sustainable supply chain management and circular economy nexus. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 2, 100011. doi:<https://doi.org/10.1016/j.clscn.2021.100011>
- Aminoff, A., & Kettunen, O. (2016). Sustainable supply chain management in a circular economy: Towards supply circles. In *3rd International Conference on Sustainable Design and Manufacturing, SDM 2016* (61-72). Springer.
- Andersen, M. S. (2007). An introductory note on the environmental economics of the circular economy. *Sustainability Science*, 2(1), 133-140.
- Appolloni, A., Sun, H., Jia, F., & Li, X. (2014). Green Procurement in the private sector: a state of the art review between 1996 and 2013. *Journal of Cleaner Production*, 85, 122-133.
- Batista, L., Bourlakis, M., Liu, Y., Smart, P., & Sohal, A. (2018). Supply chain operations for a circular economy. *Production Planning & Control*, 29(6), 419-424.
- Bilitewski, B. (2012). The circular economy and its risks. *Waste Management*, 1(32), 1-2.
- Birat, J. P. (2015). Life-cycle assessment, resource efficiency and recycling. *Metallurgical Research & Technology*, 112(2), 206.
- Blomsma, F., & Brennan, G. (2017). The emergence of circular economy: a new framing around prolonging resource productivity. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 603-614.
- Bocken, N. M., De Pauw, I., Bakker, C., & Van Der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of industrial and production engineering*, 33(5), 308-320.
- Brandenburg, M., Govindan, K., Sarkis, J., & Seuring, S. (2014). Quantitative models for sustainable supply chain management: Developments and directions. *European Journal of Operational Research*, 233(2), 299-312.
- Bridgens, B., Hobson, K., Lilley, D., Lee, J., Scott, J. L., & Wilson, G. T. (2019). Closing the loop on E-waste: A multidisciplinary perspective. *Journal of Industrial Ecology*, 23(1), 169-181.
- Castellani, V., Sala, S., & Mirabella, N. (2015). Beyond the throwaway society: A life cycle-based assessment of the environmental benefit of reuse. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 11(3), 373-382.

- Charonis, G., (2012). Degrowth, steady state economics and the circular economy : three distinct yet increasingly converging alternative discourses to economic growth for achieving environmental sustainability and social equity. In: *World Economic Association Sustainability Conference 2012*.
- Chen, X., Geng, Y., & Fujita, T. (2010). An overview of municipal solid waste management in China. *Waste Management*, 30(4), 716-724.
- Connett, P., Ercolini, R., Lo Sciuto, P., (2011). *Rifiuti Zero una rivoluzione in corso*. Dissensi Edizioni.
- Dajian, Z. (2008). Background, pattern and policy of China for developing circular economy. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 6(4), 3-8.
- Daly, H.E., 1977. *The steady-state economy. The sustainable society: implications for limited growth*. Praeger, New York and London,
- DeAngelis, D. L. (2018). *Individual-based models and approaches in ecology: populations, communities and ecosystems*. CRC Press.
- Deif, A. M. (2011). A system model for green manufacturing. *Journal of cleaner production*, 19(14), 1553-1559.
- Den Hollander, M. C., Bakker, C. A., & Hultink, E. J. (2017). Product design in a circular economy: Development of a typology of key concepts and terms. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 517-525.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S.J., Papadopoulos, T., Wamba, S.F. & Song, M. (2016). Towards a theory of sustainable consumption and production: constructs and measurement. *Resources, Conservation and Recycling*, 106(1), 78-89.
- Eichner, T., & Pethig, R. (2001). Product design and efficient management of recycling and waste treatment. *Journal of Environmental Economics and Management*, 41(1), 109-134.
- EMF, (2013). *Towards the circular economy – economic and business rationale for an accelerated transition*, Ellen MacArthur Foundation, www.ellenmacarthurfoundation.org/business/reports/ce2012
- EMF, (2014). *Towards the circular economy: accelerating the scale-up across global supply chains*. Ellen MacArthur Foundation, www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/towards-the-circular-economy-vol-3-accelerating-the-scale-up-across-global-supply-chains
- EMF, (2015). *Circular economy overview*, Ellen MacArthur Foundation, www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/principles
- EU, (2008). Directive 2008/98/EC of the European Parliament and of the Council of 19 november 2008 on waste and repealing certain directives. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri%40O-J:L:2008:312:0003:0030:en:PDF>.

- Farooque, M., Zhang, A., Thüerer, M., Qu, T., & Huisingh, D. (2019). Circular supply chain management: A definition and structured literature review. *Journal of Cleaner Production*, 228, 882-900.
- Figge, F., Hahn, T., & Barkemeyer, R. (2014). The if, how and where of assessing sustainable resource use. *Ecological Economics*, 105, 274-283.
- French, M. L., & LaForge, R. L. (2006). Closed-loop supply chains in process industries: An empirical study of producer re-use issues. *Journal of Operations Management*, 24(3), 271-286.
- Geisendorf, S., & Pietrulla, F. (2018). The circular economy and circular economic concepts—a literature analysis and redefinition. *Thunderbird International Business Review*, 60(5), 771-782.
- Geissdoerfer, M., Morioka, S. N., de Carvalho, M. M., & Evans, S. (2018). Business models and supply chains for the circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 190, 712-721.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy—a new sustainability paradigm?. *Journal of Cleaner Production*, 143, 757-768.
- Geng, R., Mansouri, S. A., & Aktas, E. (2017). The relationship between green supply chain management and performance: A meta-analysis of empirical evidences in Asian emerging economies. *International Journal of Production Economics*, 183, 245-258.
- Geng, Y., & Doberstein, B. (2008). Developing the circular economy in China: Challenges and opportunities for achieving 'leapfrog development'. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 15(3), 231-239.
- Geng, Y., Zhu, Q., Doberstein, B., & Fujita, T. (2009). Implementing China's circular economy concept at the regional level: A review of progress in Dalian, China. *Waste Management*, 29(2), 996-1002.
- Genovese, A., Acquaye, A. A., Figueroa, A., & Koh, S. L. (2017). Sustainable supply chain management and the transition towards a circular economy: Evidence and some applications. *Omega*, 66, 344-357.
- Georgescu-Roegen, N., 1971. *The entropy law and the economic process*. Cambridge Mass. Harvard University Press.
- Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11-32.
- Gregson, N., M. Crang, S. Fuller, and H. Holmes. (2015). Interrogating the Circular Economy: The Moral Economy of Resource Recovery in the EU. *Economy and Society*. 44(2): 218–243. doi:10.1080/03085147.2015. 1013353.
- Gwehenberger, G., Erler, B., Schnitzer, H., (2003). In: A Multi e Strategy Approach to Zero Emissions. Article Presented at Technology Foresight Summit

- 2003, Budapest 27-29 March 2003. United Nations Industrial Development Organization. <http://www.unido.org/>.
- Hofmann, F. (2019). Circular business models: business approach as driver or obstructer of sustainability transitions?. *Journal of Cleaner Production*, 224, 361-374.
- Hongchun, Z. (2006). Circular economy in China and recommendations. *Ecological Economy*, 2, 102-114.
- Hu, J., Xiao, Z., Zhou, R., Deng, W., Wang, M., & Ma, S. (2011). Ecological utilization of leather tannery waste with circular economy model. *Journal of Cleaner Production*, 19(2-3), 221-228.
- Huamao, X., & Fengqi, W. (2007). Circular economy development mode based on system theory. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 5(4), 92-96.
- Jabbour, A. B. L., S. de, C. J. Chiappetta Jabbour, M. Godinho Filho, and D. Roubaud. (2018). Industry 4.0 and the circular economy: a proposed research agenda and original roadmap for sustainable operations. *Annals of Operations Research*. 270 (1-2): 273–286.
- Jain, S., Jain, N. K., & Metri, B. (2018). Strategic framework towards measuring a circular supply chain management. *Benchmarking: An International Journal*. 25(8), 3238-3252.
- Kalmykova, Y., Sadagopan, M., & Rosado, L. (2018). Circular economy—From review of theories and practices to development of implementation tools. *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 190-201.
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular Economy: An Analysis of 114 Definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221-232.
- Korhonen, J., Honkasalo, A., & Seppälä, J. (2018). Circular economy: the concept and its limitations. *Ecological economics*, 143, 37-46.
- Korhonen, J., Nuur, C., Feldmann, A., & Birkie, S. E. (2018). Circular economy as an essentially contested concept. *Journal of Cleaner Production*, 175, 544-552.
- Lacy, P., & Rutqvist, J. (2015). *Waste to wealth: the circular economy advantage*. London: Palgrave Macmillan.
- Lazarevic, D., Buclet, N., & Brandt, N. (2012). The application of life cycle thinking in the context of European waste policy. *Journal of Cleaner Production*, 29, 199-207.
- Li, H., Bao, W., Xiu, C., Zhang, Y., & Xu, H. (2010). Energy conservation and circular economy in China's process industries. *Energy*, 35(11), 4273-4281.
- Linton, J. D., Klassen, R., & Jayaraman, V. (2007). Sustainable supply chains: An introduction. *Journal of operations management*, 25(6), 1075-1082.

- Liu, B., & De Giovanni, P. (2019). Green process innovation through Industry 4.0 technologies and supply chain coordination. *Annals of Operations Research*, 1-36.
- Ma, S. H., Wen, Z. G., Chen, J. N., & Wen, Z. C. (2014). Mode of circular economy in China's iron and steel industry: a case study in Wu'an city. *Journal of Cleaner Production*, 64, 505-512.
- Malik, M., Abdallah, S., Orr, S., & Chaudhary, U. (2019). The differences in agent effects on sustainable supply chain management: an activity theory construction. *Supply Chain Management: An International Journal*, 24(5), 637-658.
- Mathews, J. A., & Tan, H. (2011). Progress toward a circular economy in China: The drivers (and inhibitors) of eco-industrial initiative. *Journal of Industrial Ecology*, 15(3), 435-457.
- Murray, A., Skene, K., & Haynes, K. (2017). The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369-380.
- Nasir, M.H.A., Genovese, A., Acquaye, A.A., Koh, S.C.L. & Yamoah, F. (2017). Comparing linear and circular supply chains: a case study from the construction industry. *International Journal of Production Economics*. 183(1), 443-457.
- Naustdalslid, J. (2014). Circular economy in China—the environmental dimension of the harmonious society. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 21(4), 303-313.
- OECD. (2014). Material resources, productivity and the environment: key findings, http://www.oecd.org/greengrowth/MATERIAL%20RESOURCES,%20PRODUCTIVITY%20AND%20THE%20ENVIRONMENT_key%20findings.pdf
- Pagell, M., & Wu, Z. (2009). Building a more complete theory of sustainable supply chain management using case studies of 10 exemplars. *Journal of Supply Chain Management*, 45(2), 37-56.
- Pan, S. Y., Du, M. A., Huang, I. T., Liu, I. H., Chang, E. E., & Chiang, P. C. (2015). Strategies on implementation of waste-to-energy (WTE) supply chain for circular economy system: a review. *Journal of Cleaner Production*, 108, 409-421.
- Patricio, J., Axelsson, L., Blomé, S., & Rosado, L. (2018). Enabling industrial symbiosis collaborations between SMEs from a regional perspective. *Journal of Cleaner Production*, 202, 1120-1130.
- Pearce, D. and Turner, R.K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Harvester Wheatsheaf. London.
- Pinjing, H., Fan, L., Hua, Z., & Liming, S. (2013). Reference to the circular economy as a guiding principle. *Waste as a Resource*, 37, 144.

- Prendeville, S., Sanders, C., Sherry, J., & Costa, F. (2014). Circular economy: is it enough. *EcoDesign Centre, Wales*, <http://www.edcw.org/en/resources/circulareconomy-it-enough>
- Preston, F., (2012). A global redesign? shaping the circular economy. *Briefing Paper*. Available: http://www.chathamhouse.org/sites/default/files/public/Research/Energy%20Environment%20and%20Development/bp0312_preston.pdf
- Reh, L. (2013). Process engineering in circular economy. *Particuology*, 11(2), 119-133.
- Ren, J., Manzardo, A., Toniolo, S., & Scipioni, A. (2013). Sustainability of hydrogen supply chain. Part I: Identification of critical criteria and cause–effect analysis for enhancing the sustainability using DEMATEL. *International Journal Of Hydrogen Energy*, 38(33), 14159-14171.
- Ripanti, E. F., & Tjahjono, B. (2019). Unveiling the potentials of circular economy values in logistics and supply chain management. *The International Journal of Logistics Management*. 30(3), 723-742.
- Sakai, S. I., Yoshida, H., Hirai, Y., Asari, M., Takigami, H., Takahashi, S., ... & Chi, N. K. (2011). International comparative study of 3R and waste management policy developments. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 13(2), 86-102.
- Sarkis, J. (2012). A boundaries and flows perspective of green supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(2), 202-216.
- Sempels, C., & Hoffmann, J. (2013). *Circular economy: Transforming a “Waste” into a productive resource*. In *Sustainable Innovation Strategy*. Palgrave Macmillan, London.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710.
- Song, M., Zheng, W., & Wang, Z. (2016). Environmental efficiency and energy consumption of highway transportation systems in China. *International Journal of Production Economics*, 181, 441-449.
- Stahel, W. R. (2013). Policy for material efficiency—sustainable taxation as a departure from the throwaway society. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 371(1986), 20110567.
- Stahel, W.R., (2014). Reuse is the key to the circular economy. http://ec.europa.eu/environment/ecoap/about-eco-innovation/experts-interviews/reuse-is-the-key-to-the-circular-economy_en.htm

- Su, B., A. Heshmati, Y. Geng, and X. Yu. (2013). A review of the circular economy in china: moving from rhetoric to implementation. *Journal of Cleaner Production*, 42, 215–227. doi:10.1016/j.jclepro.2012.11.020.
- Tachizawa, E. M., & Wong, C. Y. (2015). The performance of green supply chain management governance mechanisms: A supply network and complexity perspective. *Journal of Supply Chain Management*, 51(3), 18-32.
- Tate, W. L., Ellram, L. M., & Dooley, K. J. (2012). Environmental purchasing and supplier management (EPSM): theory and practice. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 18(3), 173-188.
- Voulvoulis, N. (2018). Water reuse from a circular economy perspective and potential risks from an unregulated approach. *Current Opinion in Environmental Science & Health*, 2, 32-45.
- Webster, K. (2015). *The circular economy. A wealth of flows*, Ellen MacArthur Foundation Publishing, Cowes.
- Wijkman, A., & Skånberg, K. (2015). *The circular economy and benefits for society*. Club of Rome.
- Yang, M., Smart, P., Kumar, M., Jolly, M., & Evans, S. (2018). Product-service systems business models for circular supply chains. *Production Planning & Control*, 29(6), 498-508.
- Yong, R. (2007). The circular economy in China. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 9(2), 121-129.
- Yuan, Z., Bi, J., & Moriguichi, Y. (2006). The circular economy: A new development strategy in China. *Journal of Industrial Ecology*, 10(1-2), 4-8.
- Zhijun, F., & Nailing, Y. (2007). Putting a circular economy into practice in China. *Sustainability Science*, 2(1), 95-101.
- Zhu, D., Wu, Y., (2007). Plan C: China's development under the scarcity of natural capital. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 5(3), 3-8.
- Zhu, Q., & Cote, R. P. (2004). Integrating green supply chain management into an embryonic eco-industrial development: a case study of the Guitang Group. *Journal of Cleaner Production*, 12(8-10), 1025-1035.
- Zhu, Q., & Sarkis, J. (2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Operations Management*, 22(3), 265-289.
- Zhu, Q., Geng, Y., & Lai, K. H. (2011). Environmental supply chain cooperation and its effect on the circular economy practice-performance relationship among Chinese manufacturers. *Journal of Industrial Ecology*, 15(3), 405-419.

“

Bölüm 4

KARBON SAYDAMLIK PROJESİ AÇIKLAMALARININ MARKA DERECESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Fikret ÇANKAYA¹

Bilal GEREKAN²

Mahmut KOÇAN³

”

1 Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, orcid.org/0000-0002-0738-3580

2 Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, orcid.org/0000-0001-8558-7928

3 Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, orcid.org/0000-0001-6358-0127

Giriş

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çevre Sözleşmesi (BMİDÇS), küresel ısınmanın iklim üzerindeki etkilerine karşı uluslararası atılan ilk ve önemli bir adımdır. 21 Mart 1994 tarihinde yürürlüğe giren bu sözleşmeye Türkiye 24 Mayıs 2004 tarihinde katılmış olup, 196 ülkenin yanı sıra Avrupa Birliği (AB) de taraf olmuştur (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022a). Söz konusu ülkeler tarafından mevcut sözleşmenin niteliğini güçlendirmek amacıyla, Kyoto Protokolü iki buçuk yıl süren müzakereler sonucunda, 11 Aralık 1997’de Kyoto’da yapılan 3. Taraflar Konferansı’nda kabul edilmiş, karmaşık onay süreci nedeniyle 16 Şubat 2005’te yürürlüğe girmiştir. Kyoto Protokolü’ne Türkiye 2009 yılında taraf olmuştur (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022b; United Nations, 2022a). İklim değişikliği konusunda yasal olarak bağlayıcılığı olan uluslararası Paris Anlaşması, 12 Aralık 2015’te Paris’te 196 katılımcıyla kabul edilmiş olup, 4 Kasım 2016’da yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşmanın amacı, küresel ısınmayı 2°C’nin altında tutmak ve tercihen 1,5°C ile sınırlamaktır. Tüm ulusları ortak bir amaçta buluşturan Paris Anlaşması, çok taraflı iklim değişikliği sürecinde bir dönüm noktası olarak görülmektedir (United Nations, 2022b). 22 Nisan 2016 tarihinde 175 ülke temsilcisiyle birlikte Türkiye de Paris Anlaşması’nı imzalamıştır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022c).

Paris Anlaşması, şirketlerin Karbon Saydamlık Projesi (CDP) kapsamındaki raporlama düzeylerini etkileyen önemli faktörlerden biridir (Balakrishnan ve Rahman, 2022, s.1). Nitekim CDP kapsamında geliştirilen açıklama sistemiyle dünyanın en büyük şirketlerinden iklim riskleri ve düşük karbon fırsatları hakkında bilgi talep edilmektedir (CDP, 2022a). Söz konusu açıklama sisteminde şirketlerden elde edilen verilere göre bir puanlama yapılmakta ve şirketler performans düzeylerine göre sıralanmaktadır (Sultanoğlu ve Özerhan, 2020, s.180). Bu yolla şirketlerin iklim değişikliği konusundaki başarısı ortaya konulmaktadır.

Bu çalışmada şirketlerin CDP kapsamında açıklanan iklim değişikliği başarı puanı ile Brand Finance listesinde açıklanan marka değerinin marka derecesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Brand Finance yöntemine göre markanın gücünü temsil eden marka derecesinin CDP puanı ve marka değerinden ne şekilde etkilendiği 2018 – 2021 dönemlerine ait verilerle analiz edilmiştir. Şirketlere ait CDP puanı CDP tarafından yayımlanan yıllık raporlardan, marka derecesi ve marka değeri ise Brand Finance Türkiye-100 kapsamında açıklanan listeden elde edilmiştir. İşletmelere ait CDP puanı ve marka değerinin, marka derecesi üzerine etkisinin ortaya konulması çalışmanın özgün değeri için önemlidir. Öte yandan CDP puanının marka derecesi (gücü) ve marka değeri ile ilişkisini ortaya koyan çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Çalışmanın bu yönüyle de literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışmanın amacına ulaşabilmesi bakımından ilk olarak iklim değişikliği ve Karbon Saydamlık Projesi açıklanmış sonra, Brand Finance marka değeri yöntemi konusu ele alınmıştır. Daha sonra araştırma kapsamında elde edilen verilerle gerçekleştirilen analiz ve bulgulara yer verilmiştir. Ulaşılan sonuçların değerlendirilmesiyle çalışma sonlandırılmıştır.

1- İklim Değişikliği ve Karbon Saydamlık Projesi

Küresel bir sorun haline gelen iklim değişikliğinin (Bui vd., 2022, s.484) en önemli aktörlerinden biri işletmelerdir. Durum böyle olsa da devlet yönetimleri ve sivil toplum kuruluşları tarafından işletmeler sadece kirleticisi değil çevre sorunlarını ele alan örgütsel, teknolojik ve finansal kaynaklara sahip organizasyonlar şeklinde değerlendirilmektedir. Bu durum, işletmelerin sahip olduğu kaynakları arzu edilen hedeflere yönlendirmesi bakımından bir teşvik unsurudur (Jones ve Levy, 2007, s.428). Bu açıdan bakıldığında işletmeler tarafından son yirmi yılda üzerinde en fazla durulan konulardan biri iklim değişikliği olmuştur. Bu dönem, işletmelerin stratejik kararlarında küresel ısınma konusuna daha fazla yer verdiği ve bir dizi çevresel stratejiyi benimsemek zorunda kaldığı bir zaman dilimidir. Bu süreçte, sera gazı emisyonlarını düşürme planları ve iklim değişikliği stratejilerine ilişkin daha fazla açıklama yapılması konusunda işletmelere yönelik baskı artmıştır (Alsaifi vd., 2020, s.1).

İklim değişikliğine ilişkin hazırlanacak raporların tutarlı ve karşılaştırılabilir olması, işletmelerin gelecekteki performansı üzerinde küresel ısınmanın etkisini paydaşlara doğru bir şekilde açıklayabilmesi bakımından önemlidir (Ben-Amar ve McIlkenny, 2015, s.704-705). Bu amaca yönelik olarak geliştirilen CDP açıklama sistemi kapsamında; dünyanın en büyük şirketlerinden iklim riskleri ve düşük karbon fırsatları hakkında bilgi talep edilmekte (CDP, 2022a) ve konuyla ilgili tutarlılık ve şeffaflık ihtiyacını karşılamaya yönelik önemli bir girişim yürütülmektedir (Alsaifi vd., 2020, s.2). Uluslararası nitelikte kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan CDP Global bünyesinde geliştirilen açıklama sistemi; yatırımcı, şirket, şehir, eyalet ve bölgelerin çevresel etkilerine odaklanmaktadır. Bu sistem, küresel ekonomi açısından kurumsal olarak zengin ve kapsamlı veri seti nedeniyle çevresel raporlamanın altın standardı olarak değerlendirilir. Bu açıdan bakıldığında CDP; yatırımcı, şirket, şehir ve hükümetler için çevresel etkileri ölçerek sürdürülebilir bir ekonomi oluşturmaya odaklanmaktadır (CDP, 2022b).

Bünyesinde CDP Worldwide Group, CDP North America Inc. ve CDP Europe AISBL gibi kuruluşları barındıran ve çeşitli kaynaklardan finansman desteği alan CDP Global'in bölgesel ofis ve yerel ortak ağı elli ülkeyi kapsamaktadır (CDP, 2022b). Dünya çapında sivil toplum kuruluşları ve finans kurumları gibi çeşitli iş ortakları bulunan CDP (CDP,

2022c); AXA, Merrill Lynch, Pictet Asset Management, PriceWaterhouseCoopers, Standard Chartered, the Environmental Protection Agency (ABD), DOEN Foundation (Hollanda), Esmée Fairbairn Foundation (Birleşik Krallık), Oak Foundation (İsviçre), Nathan Cummings Foundation (ABD) ve World Wildlife Fund (WWF) (İngiltere, Almanya ve Hindistan) gibi kuruluşlar tarafından finanse edilmektedir (Andrew ve Cortese, 2011, s.133).

Küresel düzeyde bir açıklama sistemine sahip olan CDP, paydaşların talebi üzerine her yıl iklim değişikliği, su güvenliği ve ormanlar konusunda oluşan risk ve fırsatları ölçmek ve yönetmek için çalışmalar yürütmektedir (CDP, 2022d). Piyasa şartları açısından iklim değişikliği, su güvenliği ve ormanlar küresel düzeyde çözüm bekleyen önemli bir sorundur (CDP, 2022c). Geliştirilen sistem aracılığıyla 130 trilyon ABD dolarının üzerinde varlığa sahip 680'den fazla organizasyon iklim değişikliği, su güvenliği ve ormanlar hakkında açıklama yapmaktadır. Bu kapsamda açıklama yapan şirket sayısı 18.700'ü, şehir, eyalet ve bölge sayısı ise 1.100'ü aşmıştır (CDP, 2022d). Açıklama yapan kuruluşlara destek olmak için çevresel hizmet sağlayıcıları da CDP tarafından akredite edilmektedir. Bu açıdan CDP, dünya çapında güvenilir bir akredite çözüm sağlayıcı ağına da sahiptir (CDP, 2022e).

2000 yılında kurulmuş ve çevresel etki konusunda kurumsal açıklamaya yönelik yatırımcı baskısını kullanan ilk platform olan CDP (CDP, 2022d), 2003 yılından beri hisse senetleri çeşitli endekslerde işlem gören şirketlerden bilgi talep etmekte ve bu amaçla standart bir anket kullanmaktadır (Ben-Amar ve McIlkenny, 2015, s.704-705). Yıllık olarak gönderilen bu anket ile; (a) iklim değişikliği yönetimi (strateji, girişimler, hedef, iletişim ve yönetişim), (b) iklim değişikliği ile ilgili risk ve fırsatlar ile (c) iklim değişikliği emisyon metodolojisi, emisyon performansı, emisyon verileri ve enerji ve emisyon ticareti ile ilgili kurumlara ait veriler toplanmakta ve bu bilgiler kamuya açıklanmaktadır. Böylece CDP, fırsatları belirlemek ve riskleri azaltmak için bu bilgileri kullanarak çevresel konulara katılımı teşvik etmekte ve iklim değişikliği etkilerinden kaynaklanan riskli yatırımlardan hissedarları uzaklaştırmayı hedeflemektedir (Alsaifi vd., 2020, s.2). Bu açıdan bakıldığında gerek özel gerekse kamu sektöründeki kuruluşların iklim değişikliği etkilerini ölçme ve yönetme konusunda CDP hayati bir rol üstlenmektedir (Andrew ve Cortese, 2011, s.132).

2-Brand Finance Marka Değeri Yöntemi

Marka, bir satıcı ya da satıcı grubunun mal ve hizmetlerini tanımlayarak onları diğer satıcılardan ayırt etmeyi amaçlayan isim, işaret, terim, sembol veya tasarım ya da bunların birleşimi olarak tanımlanmaktadır (Keller, 2013, s.2). Marka değeri ise işletmeye olduğu kadar müşterilere

de değer katan, markanın adı ve sembolü ile bağlantılı, marka varlıkları ve yükümlülükleri kümesidir. Marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları ve diğer tescilli marka varlıkları marka değerinin kaynağıdır (Aaker, 1991, s.26-27; Aaker, 1992, s.28). Bir markanın bir ürüne kazandırdığı ve satıcı işletme veya tüketici açısından görülebilen katma değeri marka değeri olarak tanımlanmaktadır (Farquhar, 1989, s.24). İşletme ve tüketiciler için markalar, sahip olunan en önemli varlıklar arasındadır (Jones, 2005, s.13). Literatürde finansal, tüketici ve karma olmak üzere farklı temeller üzerine kurulu marka değeri hesaplama yöntemleri açıklanmaktadır. Bunların bazıları (Çelik, 2006, s.197; Fırat ve Badem, 2008, s.212; Koçan ve Gerekan, 2017, s.889; Taşçı ve Baş, 2018, s.714);

Finansal temelli; Maliyete, piyasa değerine ve sermaye piyasasına dayalı yöntemler,

Tüketici temelli; Aaker ve Keller yöntemleri,

Karma; Brand Finance ve Interbrand yöntemleridir.

Konuyla ilgili literatürde finansal temelli marka değeri için “Brand Value”, tüketici temelli marka değeri için ise “Brand Equity” ifadeleri kullanılmaktadır. Türkçe literatürde ise “Brand Equity” marka denklığı olarak da ifade edilmektedir. Farklı temellere göre açıklanabilen marka değeri, karmaşık bir şekilde bağlantılı kavramları temsil etmektedir. Finansal temelli marka değeri, markalı bir ürünün gelecekteki nakit akışlarının net bugünkü değerinden benzer niteliklere sahip markasız bir ürünün gelecekteki nakit akışlarının net bugünkü değerinin düşülmesiyle hesaplanmakta ve basit bir ifadeyle, markanın yönetim ve hissedarlar için değeri olarak tanımlanmaktadır. Tüketici temelli marka değeri ise markanın tüketiciler açısından bilgi, algı ve davranışlarda değişime neden olan değeridir (Tiwari, 2010, s.421-422). Finansal ve tüketici temelli marka değerlendirme yöntemlerindeki yapısal eksiklikleri ortadan kaldırmak amacıyla karma yöntemler geliştirilmiş ve karma yöntemlerde söz konusu iki yöntemin esasları birleştirilerek ele alınmıştır (Koçan ve Gerekan, 2017, s.889).

Karma yöntemlerden biri olan Brand Finance yöntemine göre marka değeri, markanın itibarı ile ilişkili kazançların bugünkü değeri olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntemde tüketicinin markaya ilişkin yaptığı ödemeye bakılarak marka değeri hesaplanmaktadır. Tüketicilerin gerçekte ne ödediğini tespit etmek için Brand Finance, her sektörde markanın kullanımından doğan hak bedeli anlaşmalarını incelemekte ve “Hak Bedeli” olarak bilinen marka değerlendirme tekniğini kullanmaktadır. Bu yöntemde hesaplamalar dört aşamalıdır (1.Aşama: Markanın Etkisi, 2.Aşama: Marka Gücü, 3.Aşama: Markanın Etkisi x Marka Gücü, 4.Aşama: Tahmini Marka Değeri Hesabı). Bu aşamalar Şekil-1’deki gibidir (Brand Finance, 2022).



Şekil 1. Brand Finance Marka Değerleme Yöntemi (Hak Bedeli)

Brand Finance yöntemi kapsamında hesaplanan marka gücü, markanın fiziki olmayan ölçümlerine dayalı olarak rakiplerine göre başarı yeterliliğini göstermektedir. Bir markanın gücü tespit edilirken; marka yatırımları, paydaş göreceli ağırlık skoru ve bunların faaliyet performansı üzerindeki etkisi ölçülmektedir. Bu yöntemde her marka için 100 üzerinden marka gücü endeks skoru belirlenmekte ve bu skor sonucunda marka derecesi tespit edilmektedir. Dolayısıyla skora bağlı olarak her marka için, kredi derecesi gibi AAA+’dan başlayan bir marka derecesi tayin edilmektedir (Brand Finance, 2016, s.8; Brand Finance, 2022, s. 20).

3- Araştırma

3.1- Araştırmanın Amacı

İklim değişikliği, sürdürülebilir bir dünya için yaşam tarzında değişim gerektiğini vurgulayan en önemli belirteçlerden biridir. Gelecek nesillere miras olarak kalacak yaşam alanında yıpranma yaşandığının açık bir göstergesidir. Konuyla ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde alınması gereken önlemlere yönelik birçok düzenleme ve protokol yapılsa da önlemlerin yetersiz kaldığı bilinen bir gerçektir.

İklim değişikliği konusu iktisadi bir bakış açısıyla, insan ihtiyaçlarını karşılamak için kurulan ekonomik birimleri yani işletmeleri de yakından ilgilendirmektedir. Bu durum iki boyutta ortaya çıkmaktadır. Birincisi, iklim değişikliği sonucunda insan ihtiyaçlarında yaşanacak değişimin yönetilip yönetilemeyeceğidir. İkincisi ise sorunun ortaya çıkmasına neden olan, diğer bir ifadeyle konunun öznelereinden biri olarak görülen işletmelerin iklim değişikliğinde izleyeceği yol haritasının ne şekilde olacağıdır. Birinci boyut, yaşanacak değişimde işletmelerin alacağı pozisyonla ilgilidir. İkinci boyut ise yıkıcı etkilerin ortaya çıkmasını önlemek amacıyla işletme faaliyetlerinin kontrol edilmesiyle ilgilidir.

İklim değişikliği konusunda işletme faaliyetlerinin kontrol edilmesine yönelik yürürlükte olan ulusal ve uluslararası nitelikte birçok düzenleme vardır. Düzenlemeler yanında bilinçli tüketici kitlesi de işletme faaliyetlerinin bu konudaki farkındalığının artmasına neden olmaktadır. İşletmelerin bu konudaki performansı hakkında değerlendirme yapan ku-

ruluşlar da söz konusu farkındalığa katkı sağlayan bir diğer taraftır. Bu amaca yönelik faaliyette bulunan kuruluşlardan biri de uluslararası nite-likte, kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan CDP'dir. CDP kapsamında yayımlanan yıllık raporlarda işletmelerin iklim değişikliği konusundaki performansı değerlendirilmektedir.

İklim değişikliğinin öznelereinden biri olarak kabul edilen işletmele-rin en temel var oluş nedenlerinden biri de marka değerinin maksimize edilmesidir. İşletmelerin başarı ölçütlerinden biri olan marka değeri farklı yöntemlerle hesaplanabilmekte ve birçok değişkenden etkilenmektedir. Marka gücüne bağlı olarak hesaplanan marka derecesi ise marka değeri-nin en önemli bileşenlerinden biridir. Bu çalışmada, CDP puanı ve mar-ka değerinin marka derecesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. CDP kapsa-mında açıklanan işletmeler için Brand Finance Türkiye-100'de yer alan marka değeri ve marka dereceleri analize dâhil edilerek söz konusu ilişki incelenmiştir.

3.2- Araştırmanın Kapsamı ve Modeli

Araştırma, 2018–2021 dönemlerini kapsayacak şekilde dört yıllık ve-rilerle gerçekleştirilmiştir. Analize konu olacak veriler belirtilen yıllarda CDP raporlarında yer alan şirketlerin aldığı puanlar ile bu şirketlere ait Brand Finance Türkiye-100 listesinde açıklanan marka dereceleri ve mar-ka değerleridir.

Brand Finance tarafından yıllık olarak yayımlanan listede işletmelere ait marka değeri ve marka gücüne bağlı olarak hesaplanan marka derece-leri de açıklanmaktadır. Açıklanan listede marka derecelerinin, somut ve soyut birçok unsur yardımıyla marka gücüne bağlı olarak hesaplandığı belirtilmektedir. Hesaplama *girdi olarak* marka niteliği yönetimi, mar-kanın mevcudiyeti; *marka özsermayesi olarak* aşinalık, işlevsel perfor-mans, duygusal performans, tercih ve *çıktı olarak* da hasılat artışı, pazar payı, kârlılık, uzlaşmalı analist görüşünün alındığı açıklanmaktadır. Yapı-lan hesaplamalarda marka derecesinin; çok – çok güçlü (AAA), çok güçlü (AA), güçlü (A), orta (BBB – B), zayıf (CCC – C) ve çok zayıf (DDD – D) şeklinde değerlendirildiği ifade edilmektedir (Brand Finance, 2016, s.8).

CDP tarafından yayımlanan raporlarda ise işletmelere ait puanlar esas olarak sekiz farklı değerle açıklanmaktadır. Bu puanlar; Liderlik (A, A-), Yönetim (B, B-), Farkındalık (C, C-) ve Açıklama (D, D-) şeklinde ifade edilmektedir (CDP, 2019, s.40).

Çalışmada, işletmelere ait CDP puanı ile marka değerinin marka de-recesi üzerindeki etkisi doğrusal regresyon ile formüle edilerek incelen-miştir. Bu kapsamda araştırma modeli aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

$$Y_i = \beta_0 X_1 + \beta_1 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Regresyon modeline ait bağımlı değişken marka derecesi, bağımsız değişkenler ise CDP puanı ile marka değeridir. Araştırma kapsamında, 2018 – 2021 yıllarında açıklanan; marka derecesi, CDP puanı ve marka değeri için dört yıllık verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Analiz, elde edilen verilerin ortalama değerleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

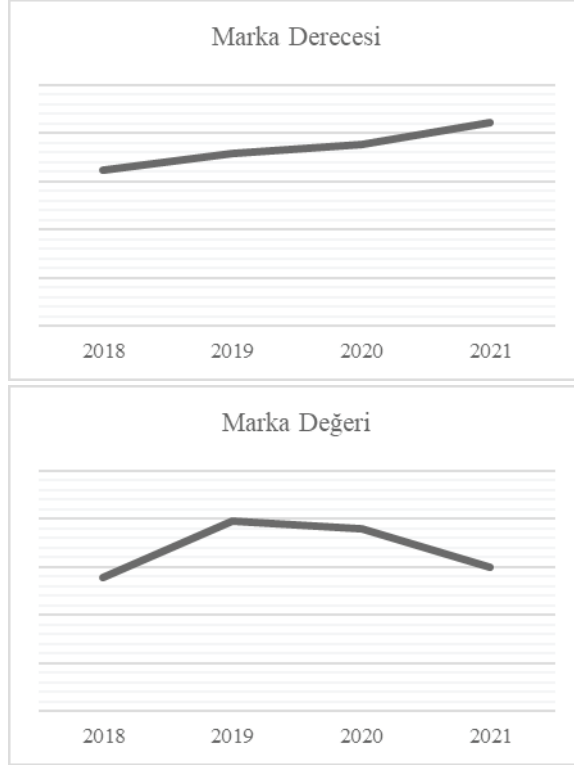
3.3- Araştırmanın Bulguları

Brand Finance Türkiye-100 listesinde marka değeri ve marka derecesi açıklanıp CDP yıllık raporlarında da yer alan işletmelerin tespiti araştırmanın ilk aşamasını oluşturmuştur. Bu aşamada 2018 – 2021 dönemlerinde en az bir defa iki listede de açıklanmış olan işletmelere Tablo-1’de yer verilmiştir.

Tablo-1: Araştırma Kapsamında Yer Alan Şirketler

<i>ŞİRKET ÜNVANI</i>	<i>ŞİRKET ÜNVANI</i>
AKBANK T.A.Ş.	PINAR SÜT MAMULLERİ SANAYİİ A.Ş.
ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.	ŞEKERBANK T.A.Ş.
ANADOLU EFES BİRACILIK VE MALT SANAYİİ A.Ş.	T.GARANTİ BANKASI A.Ş.
ARÇELİK A.Ş.	T.İŞ BANKASI A.Ş.
ASELSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	T.SINAI KALKINMA BANKASI A.Ş.
BRİSA BRIDGESTONE SABANCI LASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.	T.ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.
CARREFOURSA CARREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.	TAV HAVA LİMANLARI HOLDİNG A.Ş.
ÇELEBİ HAVA SERVİSİ A.Ş.	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
EKOL LOJİSTİK A.Ş.	TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.
ENERJİSA ENERJİ A.Ş.	TÜRK HAVA YOLLARI A.O.
ENKA İNŞAAT VE SANAYİ A.Ş.	TÜRK TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.
FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	TÜRKİYE HALK BANKASI A.Ş.
KARSAN OTOMOTİV SANAYİİ VE TİCARET A.Ş.	TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI T.A.O
KORDSA TEKNİK TEKSTİL A.Ş.	ÜLKER BİSKÜVİ SANAYİ A.Ş.
MAVİ GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	VESTEL BEYAZ EŞYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
MİGROS TİCARET A.Ş.	YAPI VE KREDİ BANKASI A.Ş.
NETAŞ TELEKOMÜNİKASYON A.Ş.	YÜNSA YÜNLÜ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI A.Ş.	

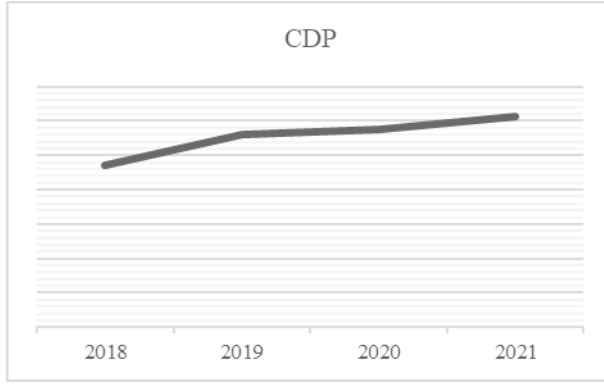
Araştırma kapsamındaki listelerde 2018 – 2021 dönemlerinde en az bir kez yer alan şirket sayısı 35 olarak belirlenmiş ve araştırma bu şirketlere ait veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu şirketlere ait marka derecesi ile marka değerinin yıllar itibariyle eğilimine Şekil-1 ve Şekil-2’de yer verilmiştir.



Şekil-1: 2018 – 2021 Dönemi Marka Derecesi

Şekil-2: 2018 – 2021 Dönemi Marka Değeri

Şekil-1’den görüleceği üzere şirketlere ait marka derecesi her yıl için artış yönlü bir seyir izlemiştir. Ortalama değerler açısından marka derecesinde bir önceki yıla göre tüm yıllarda artış yönlü bir eğilim olduğu tespit edilmiştir. Marka değeri açısından bakıldığında ise araştırma kapsamındaki şirketlere ait ortalama değer en yüksek seviyesine 2019 yılında ulaşıldığı Şekil-2’den görülmektedir. Ortalama değerler açısından marka değerinde bir önceki yıla göre 2019 yılında artış, 2020 ve 2021 yıllarında ise azalış yönlü bir eğilim olduğu tespit edilmiştir. 2020 ve 2021 yıllarında marka değerinde azalış yönlü bir eğilim ortaya çıkmasına rağmen marka derecesinde artış eğilimi yaşanmıştır. Bu sonuç, marka derecesi ile marka değerinin aynı yönde değişim göstermeyebileceğini ortaya koymaktadır.



Şekil-3: 2018 – 2021 Dönemi CDP

Şekil-3'ten görüleceği üzere işletmelere ait CDP puanı ortalama olarak artış eğilimini her yıl için sürdürmüştür. Ortalama değerler açısından CDP puanında bir önceki yıla göre tüm yıllarda artış yönlü eğilim olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar kapsamında CDP puanı açısından en yüksek artış oranı 2019, en düşük artış oranı ise 2020 yılında gerçekleşmiştir.

Araştırmaya dâhil edilen değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı ve yönünü tespit etmek amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına Tablo-2'de yer verilmiştir.

Tablo-2: Korelasyon Analizi

Değişkenler	MDER	CDP	MDEĞ
MDER	1		
CDP	0,809**	1	
MDEĞ	0,473**	0,348*	1

Tablo-3 Regresyon Analizi

Değişkenler	β	t	p
R. SABİTİ	25,898	4,178	0,000**
CDP	0,733	7,048	0,000**
MDEĞ	0,218	2,093	0,044*

R = 0,834; R² = 0,696; Adj. R² = 0,677;
F = 36,609; Sig. F = 0,000;
Durbin-Watson = 1,649; VIF = 1,138

*Anlamlılık düzeyi $p < 0,05$; **anlamlılık düzeyi $p < 0,01$

Tablo-2'de yer alan analiz sonuçlarına göre modele ait bağımsız değişken olan marka derecesi ile bağımlı değişkenler olan CDP puanı ve marka değeri arasında %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki vardır. Bağımsız değişkenler yani CDP puanı ile marka değeri arasında ise

istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde yine pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur.

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına Tablo-3'te yer verilmiştir. Regresyon analizi kapsamında R^2 değeri bağımlı değişkenin modele eklenen bağımsız değişkenler tarafından ne düzeyde açıklandığını göstermektedir. Modele ilave edilen bağımsız değişken sayısı arttıkça Düzeltilmiş R^2 (Adj. R^2) değerine bakılmaktadır. Eklenen değişkenin modelle ilişkili olması halinde bu değerde artış meydana gelmektedir (Küçüksille, 2016, s.267). Tablo-3'ten görüleceği üzere araştırma kapsamında marka derecesindeki değişimin, CDP puanı ve marka değeri tarafından açıklanma oranının 0,696 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir.

Regresyon analizi çıktılarından biri olan F istatistik değeri incelenen modelin bir bütün olarak istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını gösterir. Diğer bir çıktı olan t istatistik değeri ise incelenen modele dâhil edilen her bir değişkenin ayrı ayrı istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını gösterir (Küçüksille, 2016, s.268). Tablo-3'ten görüleceği üzere araştırma kapsamında incelenen model bir bütün olarak istatistiksel açıdan anlamlıdır ($F=36,609$; $Sig.=0,000$). Ayrıca t istatistik değeri sonuçlarına göre modelde yer alan değişkenlerin her biri ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlıdır. Analize ait çıktılarından bir diğeri de Durbin-Watson test değeridir. Bu değer 1,5 ile 2,5 arasında olması modelde otokorelasyon olmadığını gösterir (Küçüksille, 2016, s.267). Tablo-3'ten görüleceği üzere Durbin-Watson test değeri 1,649 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuca göre modelde otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Varyans şişirme değeri (VIF) de analiz çıktılarından biridir. Bu değer 10 ve üzerinde olması değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olduğunu gösterir (Topal vd., 2010, s.54). Araştırma kapsamında VIF değeri 1,138 olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre modelde çoklu bağıntı sorunu da yoktur.

Araştırmada ulaşılan bulgulara göre CDP puanı ve marka değerinin marka derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır. Ulaşılan bu sonuç kapsamında CDP puanı ve marka değerinde meydana gelen artışın marka derecesinde de bir artışa neden olacağı söylenebilir. Zira CDP puanı için $p<0,01$ ve marka değeri için de $p<0,05$ düzeyinde anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Ayrıca bu göstergelerin her birine ait B değeri de pozitifdir. Bunun anlamı bağımsız değişkende meydana gelecek değişimin bağımlı değişkende aynı yönde bir etki oluşturacağıdır. Dolayısıyla araştırma kapsamındaki şirketler için CDP puanı ve marka değerindeki bir artışın, marka derecesinde pozitif bir etkiye neden olacağı ifade edilebilir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Küresel düzeyde yaşanan iklim değişikliği 2020 yılından beri 30 milyon insanı iklim mültecisi olmaya zorlamıştır. 4 Nisan 2022’de Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneline ait son raporun yayımlanmasının ardından CDP Türkiye 2022 konferansında, dünyanın 3°C’den fazla ısınabileceği gerçeği ortaya konulmuştur. Söz konusu rapor, küresel sera gazı emisyonlarının 2025 yılına kadar zirve yapacağını ve ciddi sonuçlar doğuracağını içermektedir. Bu dönemde iklim değişikliği önleme stratejilerine ait finansmanın üç ile altı kata kadar artacağı beklenmektedir. Konu, Türkiye özelinde değerlendirildiğine, sera gazı emisyonlarının 2030 yılına kadar %21 oranında azaltılması ve 2053 yılına kadar da net sıfır emisyon elde edilmesi hedeflenmektedir. Pazar gücüne sahip birçok büyük ve eski şirketin, 2022 yılına kadar iklimle ilgili raporlamada geri kaldığı söylenebilir. Türkiye, İklim Değişikliği Performans Endeksi’nde düşük performans gösterenler kategorisinde bulunsa da son yıllarda BİST-100’de işlem gören şirketlerin iklim değişikliği performansında ciddi bir iyileşme olduğu görülmektedir. Özellikle tam “A” puanı alarak dünya liderleri listesine giren 8 şirketin gösterdiği gelişme dikkat çekicidir (CDP, 2021)

Türkiye’de faaliyette bulunan şirketlerin ele alındığı bu çalışmada, iklim değişikliği konusuna ilgi çekmek bakımından şirketlere ait CDP puanı ve marka değerinin marka derecesi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaçla, 2018-2021 dönemlerine ait dört yıllık verilerle çalışılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesi aşamasında öncelikle CDP raporlarında yer alan şirketlere ait puanlar belirlenmiş ve daha sonra bu şirketlerin Brand Finance Türkiye-100 listesinde yer alıp almadığı tespit edilmiştir. CDP raporlarında yer alıp da Brand Finance Türkiye-100 listesinde açıklanan şirketlere ait CDP puanı ile marka değeri ve marka dereceleri belirlenerek analize tabi tutulmuştur.

Araştırmayla ilgili yürütülen analiz sonucunda CDP puanı ve marka değerinin marka derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, şirketler tarafından yürütülecek sosyal sorumluluk politikalarının başarı göstergelerinden biri olan marka gücüne olumlu yönde katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile şirketlerin iklim değişikliği konusundaki duyarlılık düzeyi marka gücü olarak da ifade edilebilen marka derecesini olumlu yönde etkilemektedir. Duyarlılık düzeyindeki artış marka derecesini daha iyi bir düzeye taşımaktadır.

Konuyla ilgili bundan sonra yapılacak çalışmalara ilişkin, veri setinin daha geniş dönemleri kapsayacak şekilde oluşturulması önerilebilir. Bu çalışmada veri setinin dört yıllık bir dönemle sınırlandırılmasının nedeni

CDP puanı açıklanan şirket sayısının önceki yıllarda yeterli düzeyde olmamasıdır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda veri setinin daha geniş dönemleri kapsayacak şekilde oluşturulması ve farklı değişkenlerin de analize dâhil edilmesi kapsamlı sonuçların elde edilmesini sağlayacaktır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, D. A. (1992). The Value of Brand Equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27-32.
- Alsaifi, K., Elnahass, M. & Salama, A. (2020). Market responses to firms' voluntary carbon disclosure: Empirical evidence from the United Kingdom. *Journal of Cleaner Production*, 262, 1-11.
- Andrew, J. & Cortese, C. (2011). Accounting for climate change and the self-regulation of carbon disclosures. *Accounting Forum*, 35, 130-138.
- Balakrishnan, C. & Rahman, H. (2022). Energy-related contextual determinants of climate change reported to the CDP: Evidence from BRICS nations. *Energy Research Letters*, 3, 1-6.
- Ben-Amar, W. & McIlkenny, P. (2015). Board effectiveness and the voluntary disclosure of climate change information. *Business Strategy and the Environment*, 24, 704-719.
- Brand Finance (2016). Brand Finance Turkey-100. <https://brandirectory.com/rankings/turkey/2016>.
- Brand Finance (2022). *Brand Finance Turkey-100*. <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-turkey-100-2022-full-report-2.pdf>.
- Bui, B., Houqe, M. N. & Zahir-ul-Hassan, M. K. (2022). Moderating effect of carbon accounting systems on strategy and carbon performance: a CDP analysis. *Journal of Management Control*, 33, 483-524.
- CDP (2019). CDP Climate Change and Water Report 2019. <https://cdpturkey.sabanciuniv.edu/tr/content/cdp-turkey-2019-raporu>.
- CDP (2021). *CDP Climate Change and Water Report 2021*. https://cdpturkey.sabanciuniv.edu/sites/cdpturkey.sabanciuniv.edu/files/cdp_climate_change_and_water_report_2021-turkey_edition.pdf.
- CDP (2022a). *Climate change*. <https://www.cdp.net/en/climate>.
- CDP (2022b). *About us*. <https://www.cdp.net/en/info/about-us>.
- CDP (2022c). *Our collaborations*. <https://www.cdp.net/en/info/collaborations>.
- CDP (2022d). *What we do*. <https://www.cdp.net/en/info/about-us/what-we-do>.
- CDP (2022e). *Who are CDP's accredited solutions providers?* <https://www.cdp.net/en/info/accredited-solutions-providers>.
- Çelik, A. E. (2006). Marka Değerleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 31, 195-208.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 24-33.

- Fırat, D. & Badem, A. C. (2008). Marka değerleme yöntemleri ve marka değerinin mali tablolara yansıtılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 38, 210-219.
- Jones, R. (2005). Finding sources of brand value: Developing a stakeholder model of brand equity. *Brand Management*, 13(1), 10-32.
- Jones, C. A. & Levy, D. L. (2007). North American business strategies towards climate change. *European Management Journal*, 25(6), 428-440.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management*. Boston: Pearson.
- Koçan, M. & Gerekan, B. (2017). Faaliyet gider türlerinin marka değeri üzerine etkisi: Brand Finance Turkey-100'de yer alan şirketlere yönelik bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(4), 884-914.
- Küçükşille, E. (2016). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli. Şeref Kalaycı (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* içinde (s. 257-269). Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Sultanoğlu, B. & Özerhan, Y. (2020). İklim değişikliği raporlaması: Türkiye'deki işletmelerin gönüllü karbon saydamlık projesi (CDP) açıklamaları. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22 (Özel Sayı), 176-194.
- Taşçı, H. & Baş, M. (2018). Marka, marka değeri ve değerlendirme yöntemleri: Interbrand ile Brand Finance yöntemleri ve 2017 en değerli dünya marka sıralamalarının karşılaştırmalı analizi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(3), 710-723.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı (2022a). *BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi*. <https://www.mfa.gov.tr/bm-iklim-degisikligi-cerceve-sozlesmesi.tr.mfa>.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı (2022b). *Kyoto Protokolü*. <https://www.mfa.gov.tr/kyoto-protokolu.tr.mfa>.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı (2022c). *Paris Anlaşması*. <https://www.mfa.gov.tr/paris-anlasmasi.tr.mfa>.
- Tiwari, M. K. (2010). Separation of brand equity and brand value. *Global Business Review*, 11(3), 421-434.
- Topal, M., Eydurhan, E., Yağanoğlu, A. M., Sönmez, A. Y. & Keskin, S. (2010). Çoklu Doğrusal Bağlantı Durumunda Ridge ve Temel Bileşenler Regresyon Analiz Yöntemlerinin Kullanımı. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 41 (1), 53-57.
- United Nations (2022a). *What is the Kyoto Protocol?* https://unfccc.int/kyoto_protocol.
- United Nations (2022b). *The Paris Agreement*. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement>.

“

Bölüm 5

TÜRKİYE’DE VERGİ GELİRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Canan SANCAR¹

Cebrail TELEK²

Yusuf Ekrem AKBAŞ³

”

1 Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
canansancar@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4578-9573

2 Dr. Öğr. Üyesi, Adıyaman Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, ctelek@
adiyaman.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4541-3402

3 Prof. Dr., Adıyaman Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, yeakbas@
adiyaman.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9355-2802

1. GİRİŞ

Ekonomi politikasının vaz geçilmez amaçlarından birisi olan büyüme artan refahın temelini oluşturur. Devletin ekonomiye müdahale yöntemlerinden en sık kullanılan araçlardan birisi de kamu mal ve hizmetlerinin finansman aracı olarak kullanılan vergilendirme. Bu bağlamda vergi gelirleri, gerçekleşen parasal değeri temsil ederken, vergilendirmenin kendisi ise verginin alındığı tüm süreçleri temsil eder (Agunbiade ve Abraham, 2020: 20). Vergi politikası ülkelerin küresel varlıklarını sürdürmek, uluslararası rekabetlerini güçlendirmek ve Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ile ölçülen ekonomik büyüme için gerekli kaynakların sürdürülebilirliği açısından önemli bir ekonomi politikası bileşeni olarak kabul edilir (Anastassiou ve Dritsaki, 2005:99).

Vergi sistemi, bir ülkenin ülke içi kaynakları ekonomik büyüme için seferber eden reel bir araçtır. Vergiler verimli ve etkin bir şekilde yönetildiğinde toplumun yaşam standardını yükselten olanakları sağlamak için gelirin yeniden dağılımında önemli bir oynamaktadır (Asaolu, Olabisi, Akinbode, & Alebiosu, 2018: 73). Bu nedenle vergilendirme eşitsizliğin azaltılması ve refah standartlarının yükseltilmesi anlamında kapsayıcı büyüme tartışmasının merkezinde yer alır. Kapsayıcı büyüme, GSYH artışı ile birlikte sosyal refah ölçütü olarak değerlendirilen istihdam, eğitim, alt yapı yatırımı, çevre kalitesi ve halk sağlığı gibi faktörleri kapsamaktadır. Nihayetinde vergiler de bu türlü kamu harcamalarını finanse etmede (Abdel-Kader ve Mooij, 2020: 4) önemli bir maliye politikası aracıdır. Belirli bir süre boyunca mali toleransı sağlamak amacıyla gelir, gider ve kamu borcunun düzeylerini ve bileşimini düzenlemede maliye politikası etkin olarak kullanılır.

Maliye Politikasının rolüyle ilgili literatürde devletin uygun büyüklüğü, hükümetin ekonomik büyümeyi hızlandırmadaki rolü, sosyal kalkınma gelir sınıfları ile şimdiki ve gelecek nesiller arasındaki gelir ve servet eşitsizliğini azaltarak ve kaynakların optimum dağılımını teşvik ederek verimliliği sağlayarak ekonomik büyümenin faydalarının yeniden dağıtılması, istihdamın ve sosyal adaletin iyileştirilmesi (Padda ve Akram, 2009: 961) gibi çok sayıda temel politika konusuna vurgu yapılmıştır.

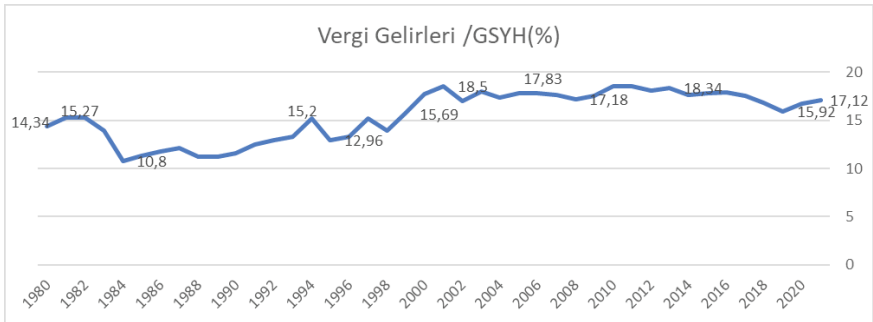
Uygulamada, GSYH seviyesini yükselten bir vergi politikasının büyüme oranını da artırması beklenir, ancak GSYH seviyesinde meydana gelecek değişiklikler zaman alır. Vergi gelirlerindeki artışların uzun vadedi büyüme üzerindeki etkilerini geçiş döneminde ayırt etmek zordur ve bu geçişli büyüme uzun süre alabilir (Heady, Johansson, Arnold, Brys ve Vartia, 2009:3). Vergi, kişilerin veya tüzel kişiliklerin mal, hizmet ve gelirleri üzerinden alınan zorunlu bir ücret veya resim olarak tanımlanmaktadır. Gelir üzerinden alınan vergiler yaygın olarak dolaysız vergiler,

harcamalar üzerinden alınan vergiler dolaylı vergiler olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda, bir maliye politikası aracı olarak vergilendirmenin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi akademik çevrelerce ulusal ve uluslararası düzeyde ele alınmış önemli bir konu olmuştur. Genel olarak, iki değişken arasındaki ilişki teorik ve ampirik literatür ülke örneklerinin seçimi, gelişmişlik düzeyi, çalışmalara dahil edilen kontrol değişkenleri gibi çeşitli faktörlerden dolayı farklı sonuçlar vermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’de 1980-2021 döneminde vergi gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi VAR (Vektör Otoregresyon) modeli ile araştırılmıştır. Çalışmada vergi gelirleri toplam olarak ele alınmış ve dolaylı ya da dolayız vergi ayırımına gidilmemiştir. Bu durum çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Çalışma vergi sisteminde yer alan çeşitli vergi türlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri araştırılarak geliştirilebilir. Çalışmanın ilk bölümünde Türkiye’de vergi gelirleri ve ekonomik büyüme göstergelerinin genel bir değerlendirmesi yapılmış, ikinci bölümde ulusal ve uluslararası literatür yer almaktadır. Dördüncü bölümde çalışmanın veri, ekonometrik yöntem ve analiz bulguları bulunmaktadır. Çalışmada en son sonuç ve değerlendirme bölümüne yer verilmiştir.

2. TÜRKİYE’DE EKONOMİK BÜYÜME VE VERGİ GELİRLERİ

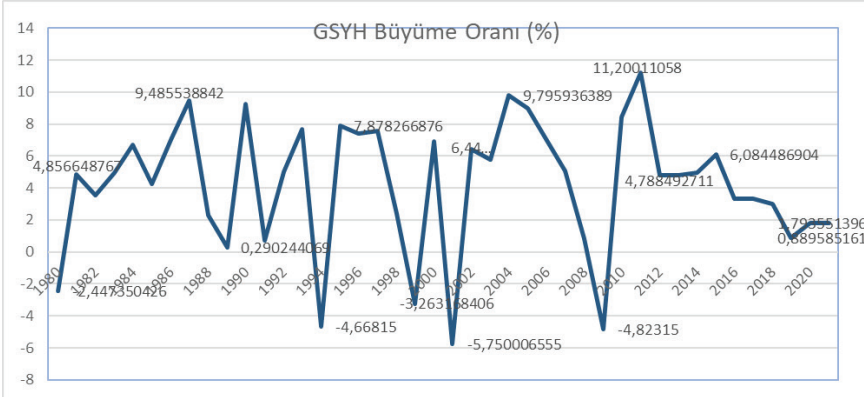
Bir ülkenin vergi gelirlerinin GSYH içerisindeki oranı maliye politikasının etkinliği, vergi denetim mekanizmasının yapısı, mükelleflerin vergi ödeme bilinci ve daha da ileri düzeyde ülkenin gelişmişlik düzeyi ile ilgili değerlendirmede bulunmaya olanak sağlar. Türkiye’nin vergi gelirlerinin 1980-2021 döneminde GSYH içerisindeki oranı Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Vergi Gelirleri/GSYH(%) (1980-2021)

Türkiye’de 1980 yılında vergi gelirlerinin GSYH içindeki payı %14,34 olarak gerçekleşmiştir. 1981 ve 1982 yıllarında artış eğiliminde olan söz konusu oran ortalama %15,27’dir. Şekil 1’de de görüldüğü gibi 1982 yılından sonra yıllara göre değişmekle birlikte düşüş eğilimine geçen Vergi Gelirleri/GSYH oranı, 1994 (%15,2) yılında 1980’li yılların ilk çeyreğindeki düzeyini yakalamıştır. 90’lı yılların son çeyreğinde artış ve azalış eğilimlerine rağmen 1999 yılında %15,69 düzeyine ulaşmıştır. 2001 yılında %18,5 olan ve 2000’li yıllarda %17-18 aralığında gerçekleşen Vergi Gelirleri/GSYH oranı 2019 yılında %15,92’ye gerilemiş, 2021 yılında %17,12 olarak gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan Şekil 2’de Türkiye’nin 1980-2021 döneminde GSYH büyüme oranının seyri yer almaktadır. 1980 yılında bir önceki yıla göre %-2,45 oranında küçülen Türkiye ekonomisi 1981 yılında %4,86 oranında büyümüştür. GSYH oranındaki artış en yüksek 1987 yılında (%9,48) gerçekleşmiş ve 1994 krizinde % -4,66 ile 90’lı yılların en düşük seviyesi gerçekleşmiştir. 1995 yılından itibaren tekrar artış eğilimine giren bu oran 1999 (%-3,26) ve 2001 (%-5,75) krizlerinde en düşük seviyelerine ulaşmıştır. 2002 yılından itibaren tekrar artış eğilimine giren GSYH büyüme oranı 2004 yılında (%9,79) ve Güçlü Ekonomiye Geçiş Programının uygulandığı 2005 yılında %8,99 olmuştur. Pozitif büyüme oranları 2007 ve 2008 yıllarında da süregelmiştir.



Şekil 2. GSYH Büyüme Oranı (%) (1980-2021)

Şekil 2’den anlaşılacağı gibi 2008 Küresel Mali Krizinden sonra gelen 2009 yılında Türkiye ekonomisi %-4,82 oranında küçülmüştür. 2009 yılından sonra tekrar pozitif büyüme rakamları yakalanmış 2011 yılında %11,2 en yüksek seviyede olmuştur. 2013 yılında %8,48 ve 2015 yılında %6,08 büyüme yakalanmıştır. 2019 yılında küresel düzeyde üretim olanaklarını etkileyen Covid-19 salgınının etkisiyle de artış trendi yavaşlayan büyüme oranı 2021 yılında %1,79 olarak gerçekleşmiştir.

3. TEORİK VE AMPİRİK LİTERATÜR

Vergi gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki literatürde sıklıkla araştırma konusu olmaktadır. Bu ilişki uygulanan vergi politikaları, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, vergi bilinci, incelenen ülkenin konjonktürel durumu vb. birçok nedenden dolayı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Çalışmanın bu kısmında Türkiye ekonomisi ve yabancı ülke ekonomileri için yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda kronolojik olarak özetlenmektedir.

Padovano ve Galli (2001), 23 OECD ülkesinde 1951-1990 dönemi verileriyle vergi gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Panel regresyon analizleri yaptıkları çalışmanın ampirik bulgularında vergi oranları ile ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişkinin negatif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer bir diğer çalışmada Widmalm (2001), 23 OECD ülkesi için 1965-1990 dönemini incelemiştir. Ampirik sonuçlar vergi gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin negatif yönde olduğunu göstermektedir.

Mucuk ve Alptekin (2008), çalışmalarında 1975-2006 dönemi Türkiye’de vergi ve ekonomik büyüme ilişkisini araştırmışlardır. VAR modeline buna bağlı olarak Trace ve Max-Eigen istatistiğine göre eşbütünleşme testleri ile Granger nedensellik testi yöntem olarak kullanılarak değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir. Eşbütünleşme testlerinden elde edilen bulgular değişkenler arasında eşbütünleşmenin olduğunu ve nedensellik testi ise dolaysız vergilerden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensel ilişkiyi göstermektedir.

Ray vd. (2012), vergi gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Hindistan ekonomisi için 1951-2012 dönemini incelemişlerdir. Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemleri kullanarak elde edilen bulgularda kısa ve uzun dönemlerin her ikisinde de değişkenler arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gözlenmektedir.

Macek (2014), OECD ülkeleri için 2000-2011 dönemi verileriyle vergi oranları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki araştırmıştır. Panel veri analizi yaptığı çalışmasında ampirik analiz sonuçları vergi oranlarında meydana gelen artışların ekonomik büyümeyi düşüreceğini göstermektedir.

Terzi ve Yurtkuran (2016), çalışmalarında Türkiye’de dolaylı ve dolaysız vergiler ile GSYH arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 1980-2013 dönemi yıllık verilerle değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi TY/U-VAR yöntemi ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgularda doğrudan vergilerle ve GSYH arasında çift yönlü; GSYH’den doğrudan vergilere pozitif, doğrudan vergilerden GSYH’ye negatif bir nedensellik ilişkisi tespit edil-

miştir. Varyans ayrıştırma analizi sonuçlarında, GSYH'deki değişimde %13 ile %30 oranlık payın doğrudan vergilerden ve %1 ile %6'lık payın dolaylı vergilerden oluştuğu; doğrudan vergilerde meydana gelen değişimde GSYH'nin payının %32 ile %34 ve dolaylı vergilerde meydana gelen değişimde GSYH'nin payının %21 ile %23 olduğu tespit edilmiştir.

Sandalcı ve Sandalcı (2017), çalışmalarında OECD ülkeleri için ekonomik büyüme ile vergi gelirleri ilişkisini incelemişlerdir. Analizde 1990-2014 dönemi verileriyle panel FMOLS yöntemi ve Dumitrescu-Hurlin (2012) nedensellik testi yöntemleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarında değişkenler arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Panel FMOLS test sonuçlarından elde edilen bulgulara dolaylı vergi gelirleri ve büyüme arasında pozitif ilişki; toplam ve dolaysız vergi gelirleri arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Uzun dönem için panelin tamamına bakıldığında toplam ve dolaysız vergi gelirlerindeki artış büyümeyi negatif; dolaylı vergi gelirlerindeki artış ise pozitif etkilemektedir.

OECD ülkelerini inceleyen bir diğer çalışmada Demir ve Sever (2017), ekonomik büyüme, vergi gelirleri ilişkisini 1980-2014 yılları arası 11 OECD ülke için panel veri analizi yöntemiyle araştırmıştır. Westerland panel eşbütünleşme testi uygulanan çalışmada değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Katsayı tahmin sonuçlarına bakıldığında uzun dönemde dolaysız vergilerde meydana gelecek bir birimlik bir artış geliri 0,13 birim azaltmaktadır. Kısa dönemde ise toplam, dolaylı ve dolaysız vergilerin gelir üzerindeki etkisi negatiftir. Sırasıyla toplam, dolaysız ve dolaylı vergilerde meydana gelecek bir birimlik artış gelirden 0,17, 0,02, ve 0,008 birimlik azalışa yol açmaktadır.

Kolçak ve Arpa (2017), çalışmalarında Türkiye'de vergi gelirlerinin ekonomik büyümeye katkısını incelemişlerdir. 1975-2016 dönemini ARDL sınır testi yöntemiyle analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgulara değişkenler arasında kısa ve uzun her iki dönemde de bir ilişki olduğu ve farklı türdeki vergi gelirlerinin ekonomik büyümede farklı etkiler meydana getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca dolaylı vergilerle büyümenin aynı yönde; dolaysız ve servet vergileriyle ise zıt yönde hareket ettiği görülmektedir.

Dam ve Ertekin (2018), çalışmalarında Türkiye'de 2005-2016 dönemi vergi gelirleri ile ekonomik büyüme verilerini kullanarak değişkenler arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yöntemini kullanarak araştırmışlardır. Ulaşılan ampirik bulgular değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu doğrulamaktadır. Ayrıca vergi gelirlerinde meydana gelecek %100'lük bir artışın ekonomik büyüme rakamlarını yaklaşık %27 oranında arttıracakını tespit etmişlerdir. Aynı zamanda bu sonuç da vergi gelir-

lerinin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Eren vd. (2018), Türkiye’de 1975-2013 dönemine ait yıllık verilerle vergi gelirleri ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yöntem olarak Hacker ve Hatemi (2006) nedensellik testi ve Breitung ve Candelon (2006)’a ait frekans alanı nedensellik testi kullanılmıştır. Ampirik analiz sonuçlarında dolaylı vergi gelirleri ile kalkınma arasında çift yönlü nedensellik, toplam vergi gelirlerinden, dolaysız vergi gelirlerinden kalkınmaya tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Polat (2019), çalışmasında vergi gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisini Türkiye’nin 1960-2018 dönemini ele alarak incelemiştir. Değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisini Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi ile uzun ve kısa dönem katsayı analizlerini ise CCR (Kanonik Regresyon Analizi) yöntemiyle incelemiştir. Analiz sonuçları değişkenler arasında kısa ve uzun dönemde ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Yani ekonomik büyüme arttıkça milli gelir artışına bağlı olarak vergi gelirleri artmakta, vergi gelirleri arttıkça da büyüme hızlanmaktadır. Bu sonuca göre vergi gelirlerinin Türkiye’nin ekonomik büyümesini desteklediği söylenebilir.

Akıncı (2019), Türkiye’de 2006-2018 dönemi çeyreklik veriler yardımıyla toplam vergi gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yöntem olarak yapısal kırılmalı birim kök testleri ve eşbütünleşme ilişkisinin varlığını incelemek içinse Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular üç yapısal kırılmanın olduğunu ve vergi gelirleri ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Altuntaş vd. (2021), çalışmalarında OECD ülkelerinde vergi gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemiştir. 24 OECD ülkesinin 1980-2018 dönemi verileri panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. Westerlund (2007) panel eşbütünleşme yöntemi kullanılan çalışmada vergi gelirleri ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Katsayı tahmininde ise Pedroni (2001) DOLSMG panel eşbütünleşme tahmincisi yöntemi kullanılmış ve vergi gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği, ayrıca İsveç dışında tüm ülkelerin katsayıları istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak vergi yapısının ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

4. VERİ VE EKONOMETRİK ANALİZ BULGULARI

Bu çalışmada, Türkiye’de 1980-2021 yılları arasında vergi gelirlerinin (Intaxx) ekonomik büyüme (lnGDP) üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Vergi gelirlerini temsilen TL cinsinden toplam vergi gelirleri kullanılmıştır. Ekonomik büyümeyi temsilen ise TL cinsinden GSYH tutarı kullanılmıştır. Her iki değişkene ait veriler logaritmik değer olarak kullanılmıştır. Veriler Dünya Bankası elektronik veri tabanından (WDI) elde edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak serilerin durağanlığını sınamak için birim kök testi uygulanmıştır. ADF ve GLS birim kök testi sonuçları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Birim Kök Testi Sonuçları

		Düzey Değerler		Birinci Fark Değerleri	
Test İstatistiği	Değişkenler	ADF	GLS	ADF	GLS
Sabitli	lnGDP	0.009504 (0)	2.238748(0)	-6.62159(0)***	-6.6151(0)***
	Intaxx	-1.435400(1)	1.812609(0)	-8.06970(0)***	5.39483(0)***
Kritik Değerler	%1	-3.60987	-2.622585		
	%5	-2.935001	-1.949097		
	%10	-2.605836	-1.611824		

Not: Parantez içindeki değerler Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) göre seçilmiş ADF ve GLS için gecikme uzunluklarını, PP için bant genişliğini göstermektedir.

Bartlett Kernel modeli kullanılarak Newey-West göre bant genişliği tespit edilmiştir. **ADF ve PP için %1, %5 ve %10 anlamlılıkta MacKinnon (1996) kritik değerlerini göstermekte, GLS için ise Elliott-Rothenberg-Stock (1996) tarafından geliştirilen kritik tablo değerlerini göstermektedir.

Tablo 1’e göre birim kök olmadığını ifade eden sıfır hipotezi lnGDP ve Intaxx serileri için reddedilmektedir. Ancak, serilerin farkı alındığında serilerin birim köklü olduğunu ifade eden sıfır hipotezi her iki seri için de reddedilmektedir. Bu sonuçlara göre, hem lnGDP hem de Intaxx serisi birim kök içermektedir ve bu iki serinin durağanlık mertebesi $I(1)$ ’dir.

Serilerin birim kök sınaması yapıldıktan sonra seriler arasında uzun dönem ilişki olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun için ilk olarak VAR analizi yapılmıştır. VAR analizi için ilk olarak modelin gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Gecikme uzunluğuna ait sonuçlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. *Gecikme Uzunluğu ve otokorelasyon testi*

Gecikme Uzunluğu	AIC	LM
1	0.746501	0.9455
2	0.459125*	0.9774
3	1.485274	0.8292
4	4.913961	0.2962
5	0.381311	0.9840
6	0.847086	0.9320
7	8.879570	0.0642
8	1.155554	0.8854

Not: AIC, Akaike kriterine göre seçilmiş gecikme uzunluğunu, LM, Lagrange çarpımı yöntemi ile tespit edilen otokorelasyon testi sonuçlarını göstermektedir.

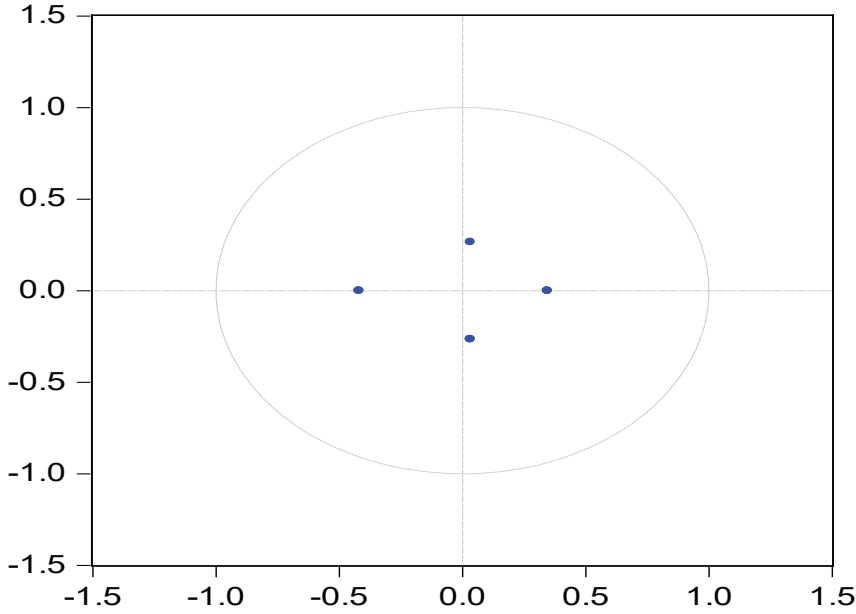
Tablo 2 sonuçlarına göre uygun gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir. Uygun gecikme uzunluğu belirlendikten sonra otokorelasyon testi yapılmıştır. Bu teste ait sonuçlar ise Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. *Otokorelasyon Testi*

Gecikme Uzunluğu	LM-ist.	Olasılık Değeri
1	1.279500	0.8648
2	3.648335	0.4557
3	2.676129	0.6134
4	5.205661	0.2668
5	0.402923	0.9822
6	0.579253	0.9653
7	6.989644	0.1364
8	0.456980	0.9776

Tablo 3’e göre hiçbir gecikme uzunluğunda otokorelasyon gözükmemektedir. Dolayısıyla, optimum gecikme uzunluğunun 2 olduğu VAR modeli sonuçlarına güvenilebilir. Modelde otokorelasyon olmadığını belirledikten sonra modelin istikrar koşulu sınanmıştır. Bunun için ters köklerin grafiği ve tablosu elde edilmiştir. Ters köklere ait grafi ise Şekil 1’de gösterilmiştir.

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



Şekil 1. Ters Kök Grafiği

Ters köklerin seyrini gösteren Şekil 1 sonuçlarına göre, ters kökler çemberin dışına taşmamaktadır. Dolayısıyla, modelin istikrar koşulu sağlanmaktadır. Ters köklerin istikrar koşuluna ait tablo sonuçları ise Tablo 4’de gösterilmiştir.

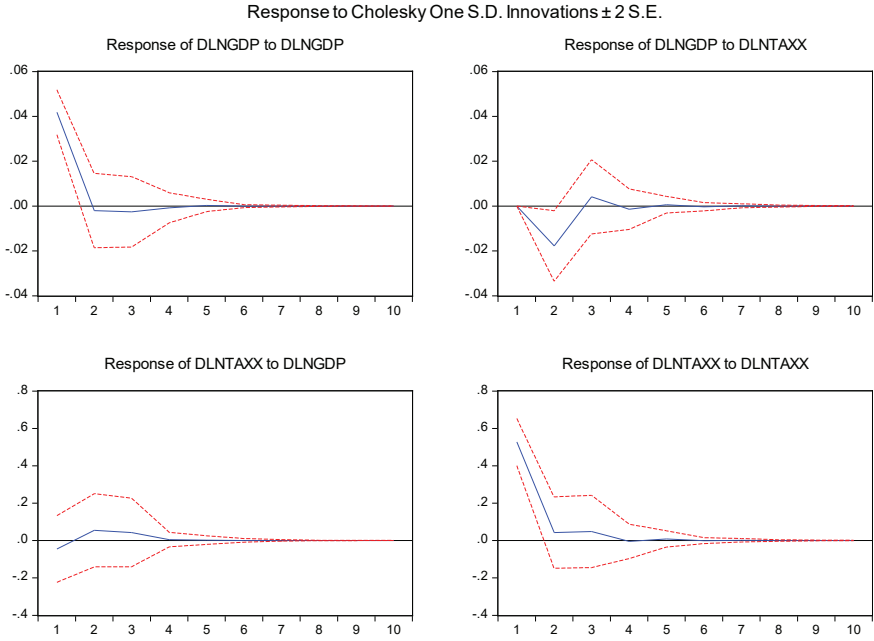
Tablo 4. Ters Kök Testi Sonuçları

Kök	Modulus
-0.418675	0.418675
0.346270	0.346270
0.033603 - 0.265184i	0.267304
0.033603 + 0.265184i	0.267304

Not: Birim çemberin dışında kök bulunmamaktadır. VAR modeli istikrar koşulunu sağlamaktadır

Tablo 4’ün sonuçları Şekil 1 sonuçlarını teyit etmektedir. Bu sonuca göre ters kökler istikrar koşulunu sağlamaktadır.

Ters köklerin istikrarı analiz edildikten sonra VAR analizinin diğer bir basamağı olan etki-tepki analiz yapılmıştır. Değişkenlere ait etki-tepki grafiklerinin sonuçları Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2. Etki-Tepki Grafikleri

Şekil 2’de üst kısımdaki 2 grafik lngdp ve lntaxx serilerinin farklarında meydana gelen şokları lngdp serinin farkında yarattığı etkiyi göstermektedir. Sol üstteki grafik lngdp serinde sağ üstteki grafik ise lntaxx serisinde meydana gelen bir şoka karşılık lngdp serisinin tepkisini göstermektedir. Sol alttaki grafik ise lngdp serisinin sağ alttaki grafik ise lntaxx serisinde meydana gelen bir şoka karşılık lntaxx serisinin gösterdiği tepkiyi göstermektedir.

Şekil 2’ye göre, lntaxx serisinde meydana gelen bir şok ilk olarak lngdp serisini negatif etkilemektedir. İkinci dönemde ise pozitif etkilemeye başlayıp 3. Dönemde etki ortadan kaybolmaktadır. Ayrıca, lngdp serisinde meydana gelen bir şoka karşılık lntaxx serisinde meydana gelen etki yatay seyir göstermektedir. Dolayısıyla, lngdp serisinin lntaxx serisine fazla etkisi görülmemektedir.

VAR analizinin diğer bir basamağı varyans ayrıştırma analizidir. Varyans ayrıştırma analizine ait sonuçlar Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. Varyans Ayırıştırma Sonuçları

DLNGDP'nin Varyans Ayırıştırma Sonuçları			
Dönem	Standart Hata	DLNGDP	DLNTAXX
1	0.041844	100.0000	0.000000
2	0.045507	84.75250	15.24750
3	0.045765	84.11854	15.88146
4	0.045793	84.04281	15.95719
5	0.045798	84.02919	15.97081
6	0.045799	84.02403	15.97597
7	0.045799	84.02353	15.97647
8	0.045799	84.02342	15.97658
9	0.045799	84.02341	15.97659
10	0.045799	84.02340	15.97660
DLNTAXX'ın Varyans Ayırıştırma Sonuçları			
Dönem	Standart Hata	DLNGDP	DLNTAXX
1	0.529060	0.735236	99.26476
2	0.533571	1.778432	98.22157
3	0.537439	2.382003	97.61800
4	0.537482	2.389445	97.61056
5	0.537555	2.390219	97.60978
6	0.537556	2.390244	97.60976
7	0.537557	2.390325	97.60967
8	0.537557	2.390325	97.60967
9	0.537557	2.390326	97.60967
10	0.537557	2.390326	97.60967

Tablo 5’de üst kısım lngdp serisindeki değişimin yaklaşık %84’ünün kendi değişiminden kaynaklandığı lngdp’deki değişimin %15’lik yaklaşık kısmının ise lntaxx değişkeninden kaynaklandığı görülmektedir. Tablo 5’in alt kısmında ise lntaxx serisindeki değişimin yaklaşık %98’inin kendi değişiminden kaynaklandığı ve lntaxx serisindeki değişimin %2’lik kısmının ise lngdp’deki değişimden kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuçlara göre, lntaxx serisindeki değişimin lngdp’yi etkilediği ancak lngdp’deki değişimin lntaxx serisini fazla etkilemediği anlaşılmaktadır.

Varyans ayırıştırma analizi yapıldıktan sonra son olarak VAR analizi kapsamında eşbütünleşme analizi yapılmıştır. lngdp serisinin bağımlı lntaxx serisinin ise bağımsız değişken olduğu modelde değişkenler arasında uzun dönemde ilişki olup olmadığı analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Eşbütünleşme Testi Sonuçları

İz Testi Sonuçları				
		Trace	0.05	
Hipotez	Eigen değeri	İstatistik değeri	Kritik değer	Olasılık değeri**
Hiçbir tane eşb. Rankı vardır *	0.544738	32.79173	20.26184	0.0006
En az 1 adet eşb.rankı vardır.	0.116620	4.464004	9.164546	0.3474
Makimum Eigenvalue Testi Sonuçları				
			0.05	
Hipotez	Eigen değeri	Max-Eigen İstatistiği	Kritik Değer	Olasılık Değeri**
Hiçbir tane eşb. Rankı vardır *	0.544738	28.32773	15.89210	0.0004
En az 1 adet eşb.rankı vardır.	0.116620	4.464004	9.164546	0.3474

Tablo 6'ya göre sıfır hipotezi altında hiç eşbütünleşme ilişkisi olmadığını gösteren sıfır hipotezi reddedilmekte ve en fazla bir adet eşbütünleşme ilişkisi olduğunu belirten alternatif hipotez ise kabul edilmektedir. Bu sonuca göre vergi gelirleri ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında uzun dönemde bir eşbütünleşik ilişki bulunmaktadır.

Son olarak, değişkenler arasında uzun dönem ilişki test edildikten sonra vergi gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki tahmin edilmiştir. FMOLS yöntemine ait tahmin sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. FMOLS Testi Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	St. Hata	t-ist.	Olasılık Değeri
LNTAXX	0.113501	0.009960	11.39563	0.0000
C	24.32863	0.225352	107.9583	0.0000

Not: * %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 7'ye göre vergi gelirleri ve ekonomik büyüme arasında anlamlı ve aynı zamanda pozitif ilişki bulunmaktadır. Buna göre, vergi gelirleri arttıkça ekonomik büyüme de artmaktadır veya vergi gelirleri azaldıkça ekonomik büyüme de azalmaktadır. Bu sonuç, GSYH'nın bileşenleri ile açıklanabilir. Harcama yöntemine göre GSYH içerisinde kamu harcamaları da bulunmaktadır. Kamu harcamaları ise kamu gelirlerine bağlantılı olarak değişmektedir. Kamu gelirleri içerisinde vergi gelirleri büyük bir paya sahiptir. Dolayısıyla, vergi gelirlerindeki bir artış kamu harcamaları üzerinden ekonomik büyümeyi arttırması beklenir.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye’de 1980-2021 yılları arasında vergi gelirlerinin ekonomik büyümeyi etkileyip etkilemediği analiz edilmiştir. Analiz için VAR modeli kullanılmıştır. Analiz sonucunda vergi gelirlerinin incelenen dönemlerde ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular Dam ve Erkin (2018), Akıncı (2019) ve Polat (2019) çalışmalarında elde edilen sonucu desteklemektedir.

Çalışmanın sonuçları Türkiye’de bir maliye politikası aracı olarak vergilendirmenin ekonomik büyümeyi hızlandırmada doğrudan ve önemli bir rolünün olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu sonuç, vergilendirmenin ekonomik büyümenin faydalarının yeniden dağıtılması yoluyla da dolaylı olarak sosyal gelişme ve istihdamın iyileştirilmesi, toplumun çeşitli kesimleri arasındaki gelir ve servet eşitsizliğini azaltarak ve kaynakların optimum tahsisini teşvik ederek verimliliği artırabilecek bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir.

Vergilendirmenin toplum üzerinde oluşturduğu etki diğer maliye politikası araçlarına göre daha baskındır. Bu kapsamda toplumun çeşitli kesimlerinde vergi oranlarındaki artış vergi baskısı oluşturabilir. Dolayısıyla mükelleflerin kanundaki boşluklardan yararlanarak vergiden kaçınma veya vergi kaçakçılığına yönelmesi olasıdır. Bu nedenle dolaysız vergiler üzerinde yapılacak vergi oranı artışı yerine dolaylı vergilerde yapılacak oransal artışlar toplum kesimlerince daha az hissedilebilir. Ayrıca dolaysız vergilerin oranlarında yapılacak artışların yatırım kararları üzerinde caydırıcı etkisi yüksek ve buna bağlı olarak da ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etki yaratması kaçınılmaz olabilir.

KAYNAKÇA

- Abdel-Kader, K., & Mooij, R. d. (2020). Tax Policy and Inclusive Growth Prepared by Khaled Abdel-Kader and Ruud de Mooij. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2020/12/04/Tax-Policy-and-Inclusive-Growth-49902>
- Agunbiade, O., & Abraham, A. (2020). Tax Revenue And Economic Growth Nexus: Empirical Evidence From The Nigerian Economy. *European Journal of Economic and Financial Research*, 4(2), 18-41. doi:DOI: 10.46827/ejefr.v4i2.832
- Akıncı, A. (2019). Türkiye’de Vergi Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 100-106.
- Altuntaş, M., Kılıç, E., Mercan, N., & Yavuz, E. (2021). Vergi Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Panel Veri Yöntemiyle Analizi: Oecd Ülkelere Kanıtlar. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 53-72.
- Anastassiou, T., & Dritsaki, C. (2005). Tax Revenues and Economic Growth: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis. *Journal of Social Sciences*, 1(2), 99-104.
- Asaolu, T. O., Olabisi, J., Akınbode, S. O., & Alebiosu, O. N. (2018). Tax Revenue and Economic Growth in Nigeria. *Scholedge International Journal of Management & Development*, 5(7), 72-85. doi:DOI: 10.19085/journal.sijmd050701
- Dam, M., & Ertekin, Ş. (2018). Türkiye’de vergi gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin analizi. *Vergi Raporu Dergisi*, 228, 19-32.
- Demir, M., & Sever, E. (2017). Vergi gelirleri ekonomik büyüme ilişkisi: OECD ülkelerine ilişkin panel veri analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 51-66.
- Eren, M. V., Ergin, A., & Aydın, H. İ. (2018). Türkiye’de vergi gelirleri ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişki: Frekans alanı nedensellik analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 19(1), 1-18.
- Heady, C., Johansson, A., Arnold, J., Brys, B., & Vartia, L. (2009). Tax policy for economic recovery and growth. *University of Kent, School of Economics, Canterbury: School of Economics Discussion Papers*, No. 09,25.
- Kolçak, M., & Arpa, T. (2017). Vergi Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi* Türkiye Örneği (1976-2016). *TURAN: Stratejik Arastirmalar Merkezi*, 9(33), 279.
- Macek, R. (2014). The Impact of Taxation on Economic Growth: Case Study of OECD Countries. *Review Of Economic Perspectives – Národohospodársky Obzor*, 14(4), 309-328.
- Mucuk, M., & Alptekin, V. (2008). Türkiye’de vergi ve ekonomik büyüme ilişkisi: VAR analizi (1975-2006). *Maliye Dergisi*, 155(2), 159-174.

- Padda, I. U., & Akram, N. (2009). The Impact of Tax Policies on Economic Growth: Evidence from South-Asian Economies. *The Pakistan Development Review*, 48(4 Part II), 961–971. doi:DOI: 10.30541/v48i4Ipp.961-971
- Padovano, F., & Galli, E. (2001). Tax rates and economic growth in the OECD countries. *Economic Inquiry*, 39(1), 44-57.
- Polat, M. A. (2019). Ekonomik büyüme ile vergi gelirleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türkiye örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 1991-2009.
- Ray, S., Pal, M.K. ve Ray, I.A. (2012). A Causality Analysis on Tax Growth Nexus in India:1950-51 to 2011-12. *Journal of Expert Systems*, 1(4), 104-114.
- Sandalcı, U., & Sandalcı, İ. (2017). OECD ülkelerinde ekonomik büyüme ve vergi gelirleri arasındaki ilişkinin ampirik analizi: 1990–2014. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 51-62.
- Terzi, H., & Yurtkuran, S. (2016). Türkiye’de Dolaylı/Dolaysız Vergi Gelirleri ve GSYH ilişkisi. *Maliye Dergisi*, 171, 19-33.
- Widmalm, F. (2001). Tax Structure and Growth: Are Some Taxes Beter Than Others?. *Public Choice*, 107, 199 – 219.

“

Bölüm 6

TEDARİK ZİNCİR YÖNETİMİNDE SCOR MODELİ, MODA VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE UYUMU

Ece Nüket ÖNDOĞAN¹

Ziynet ÖNDOĞAN²

”

1 Dr.Öğr.Üyesi, Ege Üniversitesi Moda ve Tasarım Yüksekokulu, Orcid: 0000-0002-8949-4611, ece.nuket.ondogan@ege.edu.tr

2 Prof.Dr., Ege Üniversitesi Moda ve Tasarım Yüksekokulu, Orcid: 0000-0002-8597-2727, ziynet.ondogan@ege.edu.tr

1. GİRİŞ

Bir ürünün pazarda başarılı olması için üretim yönetimi ve pazarlama stratejilerinin yanı sıra doğru bir tedarik zinciri yönetimi gerçekleştirilmesi de çok önemlidir. Tedarik zinciri yönetimi, işletmelerde hammadde-nin işletmeye getirilmesinden hedef kitleye ulaşıncaya kadar her aşamada gerçekleştirilen eylemlerin uyum içerisinde gerçekleştirilerek yönetilmesini ifade etmektedir. Tedarik zinciri yönetiminde; planlama süreci, toplam talep ve arzı dengelemek için zincir içerisinde ve dışında yer alan birimlerden ve işletmelerden harici gelen bilgiler kullanılmaktadır (Zhou et al., 2011). Tedarik zinciri yönetiminde işletmenin olduğu kadar paydaşların da yarattığı etki önemlidir. Bu nedenle tedarik zinciri yönetimine paydaşlar da uyum içerisinde ve etkin olarak katılmalıdır. Böylece ortak yaratılacak fayda etkisi en üst düzeye ulaştırılabilir. Özellikle günümüz küresel pazar koşulları düşünüldüğünde tedarik zinciri içerisinde yer alan bütün öğeleri ve işletmeleri uyum içerisinde yönetmek giderek güçleşmektedir. Çünkü sistem içeriden ve dışarıdan gelen birçok etken sonucu giderek karmaşık hale gelmiştir.

Gelişen teknoloji, küreselleşen pazar, artan rekabet, ürünlerin giderek kısalan yaşam ömürleri tedarik zinciri yönetimini de etkilemiş ve giderek karmaşık hale gelmesine neden olmuştur. Küreselleşen pazarda rekabet o kadar yoğunlaşmıştır ki, artık tedarik zinciri tek bir işlev olmaktan çıkmış, karmaşık süreci içeren birçok işlevin ve verinin birleşimine dönüşmüştür. Pazardaki rekabet artık sadece markaların rekabeti değil aynı zamanda tedarik zinciri stratejileri arasındaki rekabettir. Çünkü pazara en hızlı giren ve en fazla pazara ulaşan tedarik zinciri stratejileri pazarda o kadar rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Artık tedarik zincirinde birden fazla paydaş sistem içerisinde yer almaktadır. Sistemin giderek karmaşıklaşması, birden fazla paydaşın yer alması ile kontrolün giderek güçleşmesi, küresel anlamda performans ölçümü ve kıyaslanmanın daha iyi yapılabilmesi tedarik zinciri yönetiminde farklı model arayışlarına neden olmuştur. Bu arayışlar sonucu ortaya çıkan gereksinimleri karşılamak ve çözüm odaklı olabilmek için Tedarik Zinciri Operasyonları Referans (SCOR) Modeli geliştirilmiştir. SCOR modeli, tedarik zincirleri stratejileri ile tedarik zinciri yönetimi uygulamalarının kıyaslanabilmesi, performans ölçümü ve iş süreçlerinin düzenlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Endüstri 4.0'ın da etkisi ile hızla dijitalleşen küresel pazarda üreticiler, giderek daha fazla rekabetçi bir pazarın içerisinde yerli işletmelerden çok küresel işletmelerle rekabet etmek durumunda kalmaktadırlar. Yoğun rekabetin yanı sıra tüm dünyada kaynakların giderek azalması, ülkelerin ekonomik yapılarındaki değişimler işletmeleri giderek daha da zorlamaktadır. Hazır giyimi içerisine alan konfeksiyon sektöründe günümüzde yaşanan uluslararası rekabet, işletmelerin kaynaklarını çok daha

etkin kullanmasını zorunlu hale getirmiştir. Konfeksiyon işletmeleri üretim yönetimlerinde modern yöntem ve tekniklerin daha yoğun olarak kullanmaya yönelmiştir (Erdoğan, Şen, Yücel, 2007). Teknolojinin bu kadar hızlı geliştiği, rekabetin bu kadar yoğun olduğu küresel pazarda tüketicilerin beklentileri artarken talepleri hızla değişmekte, ürünlerin özellikle moda ürünlerin de yaşam ömürleri giderek kısaltılmaktadır. Bu durum ise işletmeleri daha da zorlamaktadır. İşletmeler en kısa zamanda tüketicilerin talep ettiği ürünleri pazara sunmak ve tüketiciye ulaştırmak için çaba gösterirken, yenilikçi tasarımlar bulma, maliyet, zaman, kalite, verimlilik, sürekli müşteri memnuniyeti sağlama, sadık müşteri yaratma, lojistik gibi konuları içerisine alan süreci bütün olarak yönetmeye çalışmaktadırlar. Bu süreç ise günümüz rekabet koşulları ile baş edebilmek için işletmeleri tedarik zinciri yönetimine daha fazla önem vermeye yöneltmiştir. Tedarik zinciri yönetimi, günümüz işletmelerinde yönetim ve araştırmalarda çok disiplinli olarak yer almaktadır. Tedarik zinciri yönetimi işletmenin pazarda sürdürülebilir rekabet gücü elde etmesine yardımcı olurken, işletmenin verimliliği, ekonomikliği ve karlılığını arttırarak daha rasyonel çalışmasını sağlar (Gunasekaran et al., 2004). Tedarik zinciri yönetimi, hedef kitlesi son tüketiciler olan üreticiler için yoğun rekabet ortamında daha da önemli olmaktadır. Küreselleşen pazarda farklı paydaş gruplar ile olan ilişkilerin yönetiminde, her bir paydaşa ayrı ayrı odaklanma tedarik zinciri yönetiminin etkinliği açısından çok önemlidir (Waller, 2003).

Etkili tedarik zinciri yönetimi yüksek performanslı tedarik zinciri stratejilerine yol açmaktadır. Bu durum da günümüzde kullanılan tedarik zincirlerini kurumsal anlamda büyük stratejik öneme sahip hale getirmiştir. Yüksek performanslı tedarik zinciri stratejilerine sahip olan işletmelerde, tedarik zincirinin her aşamasında yer alan paydaşlara maliyetten, zaman, iyileştirilmiş hizmet, rekabet gücüne kadar her seviyede birçok avantaj sağlanmaktadır (Nagurney ve Yu, 2011).

Bu çalışmada tedarik zinciri yönetimi ile tedarik zinciri yönetiminde referans model olarak geliştirilen SCOR irdelenmiş ve hazır giyim sanayiinde kullanım şekli incelenerek kullanıma yönelik öneriler sunulmuştur.

2. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT-SCM)

Tedarik zinciri, pazarda tüketici taleplerini karşılamak için aynı sistemde doğrudan veya dolaylı olarak yer alan taraflardan oluşmaktadır (Chopra & Meindl, 2016). SCM, tüketicilere ve diğer paydaşlara değer katan mallar, tesisler ve bilgi sağlamak için son kullanıcıdan orijinal tedarikçilere kadar kilit iş süreçlerinin entegrasyonudur (Sadraoui, & Mchirgui, 2014). Ekonomik sistemde aynı tedarik zinciri içerisinde yer alan ve tedarik ağları ortak olan veya kesişen işletmelerin, yenilikçi yaklaşımlar

geliştirerek hedef kitleye daha fazla ulaşmak ve pazardaki rekabet gücünü arttırmak için, işletme içerisindeki olanakları ve yetenekleri ile işletme dışındaki paydaşlarının olanak ve yeteneklerini birleştirerek kaynaklarını daha etkin ve verimli hale dönüştürüp, ürün ve hizmet yönetimi, pazarlama yönetimi ve bilgiyi bir araya getirme yolu ile en iyi müşteri değerini ortaya koyan tedarik yönetim sistemidir (Ross, 1997). **Tedarik zinciri;** tedarikçiler, üreticiler, distribütörler, acenteler, bayiler, toptancılar ve perakendecilerden oluşur.

İşletmelerin pazarda başarılı olmasında doğru tedarik zinciri stratejisinin seçimi ve kullanımı önemli bir paya sahiptir. Burada tedarik zincirinin ne kadar etkin kullanıldığı önemlidir. İşletmelerin kullandığı tedarik zincirlerinin etkinliği, hedeflenen sonuçları sağlama derecesine göre ölçülebilir. Aynı vizyonu, değerleri ve stratejileri desteklemek için işlevler arası önlemler gereklidir. Geçmişte işletmelerin kullandığı ürün lojistiğinde bir zincirin her halkası kendi kararlarını verirken, günümüz rekabet koşullarında tedarik zinciri ve lojistik içe içe geçmiştir ve kararlar birbirinden bağımsız alınamamaktadır.

Tedarik zinciri yönetimi sadece işletmenin ürünleri ve ilgili birimleri hakkında değil tedarik zincirinde paydaş olarak yer alan çeşitli kuruluşların bilgi, ürün ve para akışlarına yönelik kararları da içermektedir. Bu durum aslında karmaşık bir yapı oluşturmaktadır. Kuruluşlar içinde ve arasında farklı departmanlar, birimler ile yönetim düzeylerinin işlevler arası entegrasyonunu sağlama girişimlerini gerektirir. Geçmiş dönemlerde gerçekleştirilen lojistik çalışmalarında temel odak noktası dağıtım kanalı içerisinde fiziksel olarak “ürün akışı” iken, günümüz lojistiğinde ürün akışına ek olarak “fon akışı veya finansal akış” ile “bilgi akışı” olmak üzere tedarik zincirini eşit derecede etkileyen önemli iki akış daha yer almaktadır. Buradan hareketle, tedarik zinciri yönetimi, ürün, fon ve bilgi akışının senkronize bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır (Wilbers, 2015). Tedarik zincirinde yer alan ürünlerin fiziksel akışı; hammaddelerin ve bileşenlerin satın alınmasından kalite kontrolüne, üretimine, montajına, ambalajlanmasına ve son tüketiciye ulaştırılınca kadar zincirin en temel ve en görünür parçasıdır. Fon veya finansman akışı; yönetimin insiyatifinde ve yetkisinde, işletmenin ve dış çevrenin etkileyici unsurlarına göre zincir üzerinde alınacak kararları etkileyen en önemli bileşenlerdendir. Bilgi akışı ise; işletmeden tüketicilere, tüketicilerden işletmeye zincir üzerindeki bütün paydaşları içerecek şekilde bilginin iletilmesi ve geri bildirim şeklinde dönüşüm sürecini oluşturur. Bilgi akışında herhangi bir aksaklık tedarik zincirinin işlevselliğini ortadan kaldırır. Tedarik zinciri ortaklarının uzun süreli planları yürütmelerinde bilgi akışları önem rol oynar.

Tedarik Zinciri Stratejisi

Stratejik kararlar, bütün işletmeyi ve paydaşlarını içeren, çok fazla kaynak gereksinimini ortaya çıkartan, uzun vadede etkileri ortaya çıkan, bu nedenle tahmin olasılığı kısa vadeye göre çok daha düşük ve yüksek risk içeren önemli kararlardır. Stratejik kararlar karmaşıklığın, riskin, belirsizliğin ve başka olumsuz durumların olduğu pazardaki yoğun rekabet ve hızlı değişim sürecinde, rakiplere karşı rekabet üstünlüğü sağlamak, karlılığı arttırmak, pazarda avantajlı duruma geçmek için olumsuz bütün etmenleri azaltmak ve kontrol etmek amacı ile uzun vadeli olarak sonuca odaklı verilen kararlardır. Stratejik kararlar işletmenin diğer kararlarında olduğu gibi tedarik zinciri yönetiminde de çok büyük öneme sahiptir. Bir işletmenin tedarik zinciri stratejisi; hammadde, yardımcı malzeme ve işleme maddelerinin temin edilmesinden başlayarak, ürün müşteriye ulaşıncaya kadar devam eden bütün süreçlerin, gerektiği durumlarda ise ürün müşteriye ulaştıktan sonra da ters yönlü olarak tedarik zinciri eylemlerinin yönetilmesi ile ilgili stratejilerin, politikaların, planların, kültürel ve sosyal ilişkilerin hepsini birden içermektedir.

Tedarik zinciri stratejisi belirlenirken; işletme içi etkenlerden maliyet, işkolu, uzmanlaşma derecesi, zaman, kalite, esneklik gibi kavramlar ele alınmalıdır (Waters, 2003). İşletmeler küresel pazarda yoğun rekabet karşısında, pazarda üstünlük sağlamak ve kârlarını maksimize etmek adına sürekli teknolojiye yatırım yapıp pazara en kısa sürede giriş yapmaya çaba gösterirken, ürüne bağlı hizmetler sunmakta, bu arada da maliyetlerini sürekli azaltmak için çözümler aramaktadırlar. Ancak sürekli değişen pazar koşulları ve çevresel etkenler nedeni ile bütün bunların gerçekleşmesi hemen hemen imkânsız hale gelmektedir. Bu nedenle işletmeler pazara girmeden önce ve girdikten sonra amaçlarına en uygun tedarik zinciri stratejisine odaklanmak zorundadırlar. Örneğin; günlük giyim üreten bir hazır giyim firması maliyetlere odaklanırken, bir hızlı moda markası pazara en hızlı girmek için ne yapması gerektiğine bakmalı, lüks bir moda markası ise maliyetten çok tasarıma odaklanmalıdır. Pazarda işletmenin ürünlerine olan talep için belirsizlik fazla ise işletme esnek bir tedarik zinciri oluşturmalıdır. Ürünlere olan talep belirgin ise bu durumda da verimlilik odaklı tedarik zincirleri kurulmalıdır (Chopra ve Meindl, 2010). Esnek tedarik zinciri stratejileri lojistik ve depolama maliyetlerinde yükselmesine karşılık, işletmelere hizmet düzeyi ve tüketici memnuniyeti bakımından avantaj sağlamaktadırlar.

Diğer sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de tedarik zinciri stratejisinin başarıya ulaşmasında karar vericilerin verdiği stratejik kararlar büyük öneme sahiptir. Stratejik kararlar, karar vericinin yüksek düzeyde konsantrasyonunu gerektirir, çünkü en küçük bir dikkatsizlik işgücü, maliyet kaybı, koleksiyonlar için reklamasyon yeme, pazarı kay-

betme veya daha birçok olumsuzluk riski taşır. Karar vericinin psikolojik durumu ile deneyimleri stratejik kararları verme sürecinde önemli rol oynarken, duygusal zekâ karar vericinin tüm artıları ve eksileri göz önünde bulundurarak etkili bir karar almasına yardımcı olur (Alzoubi & Aziz 2021).

Tedarik Zinciri Yönetim Süreçleri

Tedarik zinciri yönetimi, işletmenin pazarda başarılı olabilmesi için, tedarik zinciri içerisinde yer alan bütün paydaşların yatay ve dikey iletişim süreçlerinin yönetimini ve performanslarının artırılmasını sağlamak için stratejiler oluşturur. Küresel Tedarik Zinciri Forumu (Global Supply Chain Forum–GSCF) Tedarik zinciri yönetiminin stratejilerinin başarıya ulaşması için genel kabul olarak da görülen tedarik zinciri yönetim sürecini oluşturan aşamaları belirlemiştir (Croxton vd., 2001) (Guerola-Navarro et al., 2021: 2673).

a. Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management – CRM)

b. Müşteri Hizmet Yönetimi (Customer Service Management)

c. Talep Yönetimi (Demand Management) 4) Sipariş İşleme (Order Fulfillment)

ç. Sipariş İşleme (Order Fulfillment)

d. İmalat Akış Yönetimi (Manufacturing Flow Management)

e. Satın alma (Procurement)

f. Ürün Geliştirme ve Ticarileştirme (Product Development and Commercialization)

g. İadeler (Returns)

SCC tedarik zinciri sisteminin süreçlerini oluştururken, temel süreçlere odaklanmıştır. Ancak temel süreçlerin yanı sıra genel süreci içeren planları da süreç içerisine almaktadır. İşletmeler de bu temel süreç içerisinde tedarik zinciri yönetimlerini gerçekleştirmektedirler. Sürecin yönetilmesinde sistemi modelleyen çok önemlidir. Sistemi modelleyicinin, sistemdeki her bir tedarik zinciri süreci için (kaynak, yapım, teslim, iade vb.) bir plan süreci eklemesi gerekmektedir. Sistemin çalışmasında süreç yönetimi için hiyerarşi aslında, bir tedarik zinciri süreci için gerekli olan süreç yönetimi çabasının bir resmini oluşturan bir plan süreçleri hiyerarşisi gerektirir. İşletme içerisinde her departman içinde kaynak, yapım ve teslimat süreçleri vardır ve her biri için ayrı ayrı bir plan süreci söz konusudur. Bütün bunlara ek olarak, belirli bir departman içindeki tüm plan kaynağı, plan yapma ve plan sunma süreçleri için de tek bir plan süreci

vardır. Sistem düzenleyiciler süreci en uygun şekilde yönettikleri takdirde, tedarik zinciri yönetimi bütün paydaşları da içine alacak şekilde uyum içerisinde çalışmaktadır.

3. SCOR MODELİ

Günümüz gelişen teknolojisi tedarik zinciri uygulamalarını da giderek karmaşık hale getirdiği için, tedarik zincirinin geliştirilmesi ve daha etkin hale getirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu amaçla gelişmiş ve daha etkin bir tedarik zinciri yönetiminin başlangıcı kabul edilen SCOR modeli (Supply Chain Operations Reference Model) geliştirilmiştir. SCOR, Supply Chain Council (SCC) ile Amerikan Üretim ve Stok Kontrol Derneği-(APICS)'nin 2014 yılında birleşmelerini takiben ortak bir çalışmanın ürünü olarak oluşturulmuştur ve tedarik zinciri iş uygulamalarındaki değişikliklere uyum sağlamak için düzenli olarak güncellenmektedir (APICS, 2017). Son güncelleme 2017 yılında gerçekleştirilerek uluslararası mevzuatta yerini almıştır. Daha sonra APICS 2019 yılında faaliyet alanını genişleterek faaliyetlerini Tedarik Zinciri Yönetimi Derneği (The Association for Supply Chain Management, ASCM) adıyla yürütmeye devam etme kararı almıştır. ASCM, tedarik zincirinde organizasyonel dönüşümü sağlayan, yenilikçi çalışmalar ile tedarik zinciri yönetimi ve sertifikasyonunda dünyanın en önemli ve büyük sertifikasyon ve eğitim organizasyonudur. Herhangi bir kar amacı gütmemektedir. Dünya bazında tedarik zinciri yönetimi için işletmelere tarafsız olarak hizmet vermekte ve yol çizmektedir. ASCM, yarım asırdan fazla bir süredir çalışmalarını tedarik zinciri yönetimini standartlaştırmak ve işletmelerin tedarik zincirlerini en iyi seviyeye ulaştırmak, rekabet üstünlüklerini korumak, maliyetlerini en aza indirmek, karlılıklarını arttırmak, tedarik zinciri yönetimi konusunda bilinçlenmelerini sağlamak, yenilikçi çalışmalara liderlik etmek, farklı endüstrilerdeki işletmelerin senkronize şekilde ortak tedarik zincirlerini yönetmelerini sağlamak ve daha bir çok olumlu fayda yaratmak için APICS sertifikası ve eğitimi temeli üzerine hizmet vermektedir (ASCM, 2022). Bahsedildiği gibi SCOR modeli ilk defa 1996 yılında Tedarik Zinciri Konseyi üyeleri tarafından Tedarik zincirine referans bir model olarak geliştirilip tanıtılmıştır. SCOR modeli tedarik zinciri yönetiminde uluslararası ekonomik sistemde yer alan çapraz endüstriler arasında uygulanan en iyi uygulama karşılaştırma standardı ve çerçevesi olarak kabul edilmektedir (Georgise et al., 2012). Bu anlamda tedarik zinciri yönetimi için endüstriler arası standart olarak kabul edilmiş dünyadaki ilk ve tek referans model olma özelliğini de taşımaktadır (Büyüközkan, 2015). SCOR modeli tedarik zinciri yönetiminde referans model olma özelliğini korurken, işletme ürünlerine talep oluşturmada, Ar-Ge'de, ürün geliştirmede, satış sonrası müşteri desteği ile ilgili konulara değinmediği için işletme içerisindeki temel işletme işlevlerinde yetersiz kalabilmektedir (Nyere, 2006).

SCOR modeli, işletmelerin kullandıkları tedarik zinciri uygulamaları ile verimliliklerini değerlendirerek ve karşılaştırılmaları için güçlü bir uygulamadır. SCOR, tedarik zinciri ortakları arasındaki iletişimi desteklemek, tedarik zinciri yönetiminin ve ilgili tedarik zinciri iyileştirme uygulamalarının verimliliğini artırmada iş sürecini, ölçütleri, en iyi uygulamaları ve teknolojiyi birleşik bir yapıya bağlayan benzersiz bir çerçeve oluşturarak işletmelerin tedarik zinciri süreçlerinde en iyi seviyede ve hızlı iyileştirmeler yapmalarına yardımcı olmak için onlara metodoloji, teşhis ve kıyaslama araçları sağlamaktadır. Gelişen teknoloji, sürekli değişen çevresel koşullar ve tüketici talepleri nedeni ile tedarik zinciri yönetimi sürekli gelişme içerisindedir. Pazarda en iyiler arasında yer alabilmek ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için tedarik zincirleri, tedarik zincirlerinin performansını en iyi seviyeye yükseltebilmek zorundadır. Tedarik zinciri komisyonu ile APICS, işletmelerin tedarik zinciri yeteneğini geliştirmede ve uçtan uca tedarik zinciri performanslarını yükseltmede yol gösteren otoriteler olarak güç birliği yapmışlardır. APICS, işletmelerin tedarik zinciri yönetiminde eğitim ve sertifikasyondan kıyaslama ve en iyi uygulamalara kadar endüstri standardını belirler. SCOR ise, baştan sona tedarik zinciri yönetiminin ilerlemesini desteklemek için kullanılan APICS bilgi birikiminin bir parçası olarak işlev görmektedir. APICS'in içerdiği çerçeve ve içerisinde yer alan birbiri ile ilişki içerisinde bulunan bileşenler Şekil 1.'de gösterilmiştir (APICS, 2017).



Şekil 1. APICS çerçevesi ve iletişim içerisindeki bileşenleri

APICS üyeleri, üreticiler, distribütörler ve perakendeciler dahil olmak üzere geniş bir endüstri kesitini ve müşterileri temsil etmektedir. Ay-

rica genişletilmiş şekilde olan APICS ağı da, APICS faaliyetleri ile SCOR modelinin geliştirilmesi ve sürdürülmesine katılan teknoloji tedarikçileri, uygulayıcıları, akademisyenler ve devlet kuruluşlarından oluşmaktadır. APICS, SCOR'un mümkün olan en geniş şekilde yaygınlaştırılmasını sağlamakla ilgilenmektedir. SCOR modelinin yaygın kullanımı, tanımlarının ve ölçümlerinin ortak hale getirilmesi, paydaşlar arasındaki iletişimin sürekli olmasını sağlamaktadır. Standardize edilmiş ortak ölçümler kullanarak üyeleri daha iyi destekleyen yazılım sistemleri, terimleri ve ortak uygulamaları hızla benimseme yeteneğini sürekli olarak geliştirmektedir.

APICS'in 2017 yılında çıkardığı SCOR standardı 2017'ye göre; SCOR modeli, müşterilerin değişen taleplerini karşılamak için gereken bütün aşamaları içeren gerekli olan birbiri ile ilişkili faaliyet zincirlerini tanımlamaktadır. SCOR modelinin süreçleri; Planlama, Tedarik, Üretim, Dağıtım, İade ve Etkinleştirme olarak altı temel yönetim sürecinden oluşturulmuştur. Bu süreçler kullanılarak, küresel pazarda farklı endüstri alanlarındaki işletmeler, zincir içerisinde bulunan bütün paydaşlar ile birlikte bir tanım kümesi şeklinde yer almaktadır. Bu şekilde küresel olarak bütün kamu işletmelerinden, özel işletmelere kadar paydaşlar içeren karmaşık yapıdaki tedarik zinciri sistemi organize edilerek küresel ve ulusal bazda tedarik zincirlerinin iyileştirme projelerinde temel oluşturulmaktadır. SCOR modeli, temelde üç süreç seviyesine odaklanmıştır, işletmelerin, kuruluşların kendi içlerinde sistemlerini nasıl yürüteceklerini, bilgi akışlarını nasıl gerçekleştireceklerini belirlemez (APICS, 2017). Sadece tedarik zincirini kullanan kullanıcıların müşteri odaklı çalışabilmeleri için süreçleri anlamalarına destek vermektedir.

SCOR Modeli Performans Özellikleri

APICS 2017 yılında yaptığı son düzenleme ile SCOR modelinin performans özelliklerini belirlemiştir. Buna göre SCOR modelinin 5 temel performans göstergesi bulunmaktadır:

Güvenilirlik: Sonuca dayalı performans göstergesidir. Doğru kalite, doğru ve hızlı teslimat, doğru miktar açısından güvenilirliği göstermektedir.

Cevap verebilirlik: Tedarik zincirinin ilk aşamasından son aşamasına kadar yürütülen süreçlerin hızını ve paydaşlarla kurulan doğru iletişimi ifade etmektedir. Üreticiden sisteme bilgi akışının yanı sıra, tüketiciden ve paydaşlardan sisteme geri dönüşlerin bir bütün içerisinde yer almasını sağlayarak, en verimli ve etkin teslimatın gerçekleştirilmesini göstermektedir. Doğru bir çalışma beraberinde kalite ve maliyet kriterlerini olumlu etkiler.

Çeviklik: Tedarik zinciri sisteminde iç veya dış etkenler karşısında sistemin esnekliğini, çabuk cevap verebilirliğini, hızlı çözüm üretilebilirliğini göstermektedir.

Maliyet: Tedarik zincirini etkileyen bütün işletme içi ve işletme dışı maliyet unsurlarının sistem üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu maliyetler arasında, sermaye kullanımından, işgücü maliyetleri, üretim maliyetleri, pazarlama maliyetleri, lojistik maliyetleri, döviz kurları, sabit giderler, gibi bir çok etken yer almaktadır.

Varlık Yönetimi Verimliliği (Varlıklar): İşletmelerin sahip oldukları varlıklar ile ilgili olarak “üret ya da satın al” kararları, yalın ve çevik üretimle, hizmet ve yönetim stratejileri ile felsefeleriyle ilişkilendirilmiştir. Bunlar da işletmelerin sahip oldukları varlıklar ve o varlıkların kullanımını doğrudan ilgilendirmektedir. Bu nedenle varlıklar ve onların kullanım stratejilerini göstermektedir (APICS, 2017).

SCOR modeli, diğer sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektöründe de lojistiğin giderek karmaşıklaştığı, pazara giriş hızının ve maliyetlerin arttığı ve müşteri taleplerinin hızla değişkenlik gösterdiği küresel pazar koşullarında tedarik zinciri yönetiminde büyük rol oynamaktadır. SCOR modelini uygulamak isteyen işletmeler eski adı ile APICS yeni adı ile ASCM tarafından sertifika almak durumundadırlar. ASCM, işletmeleri tedarik zinciri konusunda sertifikalandırırken, aynı zamanda eğitimler vererek onların en az maliyetle en hızlı şekilde tedarik zinciri yönetimlerini gerçekleştirmeleri konusunda hizmet vermektedir.

4. MODA VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDE SCOR MODELİ

Moda en genel tanımı ile değişimi ifade ederken, günümüz küresel pazarında moda sektörü hızlı değişimin tanımını göstermektedir. Moda terimi geniş referans çerçevesine sahiptir. Bununla birlikte moda ve hazır giyim sektörü ağırlıklı olarak giysi, aksesuar, ayakkabı, çanta gibi ürünleri içermektedir (Öndoğan, ve Öndoğan, 2021).

Gelişen teknoloji, hızla dijitalleşme, müşteri taleplerinin de hızla değişmesine neden olmuştur. Bu durum ise moda ve hazır giyim sektöründeki günlük ya da lüks giyim markalarının artık her aşamada pazarda çok daha hızlı hareket etmelerini gerektirmektedir. İşletmeler günümüzde yığın üretime odaklanmak yerine sadık müşteriye odaklanmakta, müşteri ilişkileri yönetimleri önem kazanmaktadır. Moda ve hazır giyim sektöründe artık tedarikten, üretime, pazarlamadan, lojistiğe her aşamada hız ve müşteri odaklılık ile birlikte anılmaktadır. Bu durum araştırmacıların da çalışmalarında odak noktasını oluşturmaktadır. Gerek sektörde yer alanlar, gerek araştırmacılar özellikle günümüz hızla değişen koşulların-

da modada talebin önceden tahmin edilemeyeceğini kabul etmişlerdir. Bu belirsizlik tedarikten, üretime, satışa, lojistiğe kadar oldukça karmaşık bir süreçle sahip olan moda ve hazır giyim sektöründe pazarda üstünlük sağlama açısından bir çok stratejiyi de beraberinde getirmektedir.

Moda, tipik olarak kısa ömürlü olması olası bir stil öğesinin olduğu herhangi bir ürünü veya pazarı içeren geniş bir terimdir. Modada yer alan ürünler ve moda pazarlarının dört temel özelliği bulunmaktadır (Christopher, et all., 2004):

a. Kısa ürün yaşam döngüsü: Moda ürünler müşterilerin o anki taleplerini karşılamak için tasarlanır, üretilir ve pazara sunulurlar. Pazardan genellikle çok hızla geçerler. Özellikle dijitalleşen günümüz küresel pazarında moda ürünlerin yaşam süreci artık mevsimler olarak değil, aylar hatta haftalar ile ölçülmektedir. Bu durum ise, tedarik sürecinden, ürünlerin tasarımına, üretimine, tanıtımına, lojistiğine, pazara sunulmasına kadar bütün aşamalarda sürenin kısılmasına neden olmaktadır.

b. Hızlı ve yüksek değişkenlik: Moda ürünlere olan talep çok nadir olarak sabit veya doğrusaldır. Bu durum lüks markaların klasik tasarımlarında daha sık görülebilirken, günlük giyim markalarının koleksiyonlarının ise temel parçalarında görülebilir. Genel olarak moda ürünlerine bakıldığında, moda ürünlerine olan talepteki değişimlerin çok daha hızlı ve yüksek olduğu görülmektedir, hatta değişimler anlık da olabilir. Bunda, dijitalleşme ile birlikte gelen sosyal medyanın etken olması, pop yıldızları, çevresel koşullar, medya, filmler, diziler, toplum gözünde ünlü kişilerden tüketicilerin etkilenme şekilleri etken olmaktadır.

c. Düşük öngörülebilirlik: Talebin sürekli değişkenliğinden dolayı, modada talebi tahmin etmek hemen hemen imkansız hale gelmektedir. Talebin çok hızlı değişmesi, ekonomik etkenler, ülkeler arası döviz kurlarındaki dalgalanmalar, teknolojiye hızlı değişim, tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının farklı etkenlerle çok hızlı değişmesi gibi nedenlerden dolayı talep tahminlemesi çok güç olmaktadır.

d. Yüksek dürtüsel satın alma: Tüketiciler moda ürünleri satın alırken, birçok etkenin altında kalmaktadırlar. Satın alma kararlarının çoğu ürünü satın alma anında verilmektedir. Bunda en büyük etken satış temsilcilerinin etkisi ve ürünlerin sunulduğu ortam olmaktadır. Bu ortam fiziki veya sanal olsun, ortamın lüksü, albenisi müşterinin satın alma hızını ve satın alma kararını değiştirmektedir.

Günümüz Endüstri 4.0 sürecinin getirdiği teknoloji ve rekabet ortamı moda sektöründe de rekabeti çok fazla arttırmıştır. Bu da moda markalarının ürün yelpazelerini çok daha sık değiştirmelerine neden olmaktadır. Özellikle günlük giyim markaları pazarda hızlı moda kavramını benim-

semişlerdir. Ürünlerin pazara giriş hızı pazardaki rekabet gücünü etkilediğinden tedarik süreçleri de sürekli geliştirilmektedir. Küresel pazarda yaşanan yoğun rekabet sonucu maliyetleri en az indirmeye, pazara giriş hızını arttırma, tüketici ile daha kolay iletişim kurabilme adına, markalar artık neredeyse her ülkeden tedarikçi ve aracı ile çalışmakta, bu durum da tedarik zincirlerinin yapısının iyice karmaşıklaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle moda markaları tedarik zinciri yönetimlerini gerçekleştirirken pazarda rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için üç kritik teslim süresini dikkate almak zorundadırlar. Bu teslim süreleri, pazara ulaşma süresi, hizmet verme süresi ve tepki verme süresi olarak ifade edilebilir (Christopher, Lowson, & Peck, 2004).

Pazara Ulaşma Süresi: İşletmenin SWOT analizi yaparak pazar fırsatlarını ve tehditlerini dikkat alarak kısa yaşam döngüsüne sahip ürünleri için trendleri hızla belirlemek, hammadde tedarikçisini yönetmek, tasarım ve üretim sürecini yerinde ya da tedarikçilerinde en hızlı ve en iyi şekilde gerçekleştirerek araçlara en hızlı şekilde yönlendirmek artık küresel pazarda başarılı olmak için olmazsa olmaz koşullar arasındadır. Çünkü pazara ilk ulaşan rakiplerinden daima bir adım önde demektir. Bunu göz önüne alarak lüks veya günlük giyim moda markaları da tedarik zinciri yönetimlerini bu karmaşık süreci en iyi yönetecek şekilde sürekli geliştirmektedirler. Burada tedarikten, tasarıma, üretime, pazarlamaya, lojistiğe kadar her aşamada dijitalleşme çok önem taşımaktadır.

Hizmet Verme Süresi: Geçmişte dijitalleşmenin ve rekabetin küresel boyutta olmadığı süreçte moda markaları tedarikçilerine gelecek koleksiyonları için aylar önceden sipariş geçilirken günümüzde bu süreç neredeyse hafta bazına inmiş durumdadır. Geçmiş dönemlerde stok maliyetleri, müşterilere göre tedarik zincirlerinin bağımsız oluşturulmasının getirdiği iletişim sorunları ve zaman kaybı, stok tükenme veya stok fazlası kalma riskleri gibi riskleri artık en aza indirmek zorunluluğu doğmuştur. İşletmelerin bütün gelişmeleri gerçekleştirmelerindeki temel hedef en hızlı hizmeti sunarken, maliyetleri en aza indirmektir. Maliyetlerin azaltılmasını sağlayan en büyük maliyet kalemleri üretim sonra da lojistik maliyetleri olmaktadır. Bu nedenle artık tedarik zincirleri küresel bazda ağlar şeklinde gerçekleştirilmedi. Bunu gerçekleştirirken maliyeti, olası hataları, stok maliyetlerini ve riskleri en aza indirmek ve iletişimi hızlandırmak için markalar tedarik zinciri yönetiminde SCOR modelini daha fazla uygulamaya başlamışlardır.

Tepki Verme Süresi: Sürecin bu denli hızlandığı bir küresel pazarda markalar müşteri taleplerini daha iyi yönetmeyi, ürünlerinin pazarda en kısa sürede yer almasını, müşterilerden, tedarikçilerden, araçlardan ve pazardaki diğer paydaşlarından gelen geri dönüşlere en hızlı şekilde cevap vermeyi hedeflemektedirler. İşletmenin pazara sunma süresi ile hiz-

met sunma süresi ne kadar hızlı ise tepki verme süresi de bunlara paralel olarak olumlu yönde değişmektedir. Tedarik zincirlerinin yönetiminde de bütün bu etkenler dikkate alınmaktadır.

Çevik Tedarik Zinciri

Doğaları gereği, moda pazarları değişkendir ve tahmin edilmesi zordur. Dolayısıyla özellikle lüks markaları bünyesinde barındıran hızlı moda sektöründe çeviklik ihtiyacı öne çıkmaktadır. Son yıllarda çevik tedarik zinciri stratejilerinin tasarımına ve uygulanmasına artan bir ilgi olmuştur.

Tedarik zinciri yönetimi bağlamında çeviklik fikri, ‘hızlılık’ etrafında odaklanır. Konvansiyonel tedarik zincirleri uzundur ve uzun teslim süreleri vardır ve bu nedenle, zorunlu olarak tahmin odaklıdır. Buna karşılık, çevik tedarik zincirleri daha kısadır ve talep odaklı olmaya çalışır. Diğer bir ayrım ise, geleneksel tedarik zincirlerinin envanteri esas alarak, tahmine dayalı olmasıdır. Çevik tedarik zincirlerinin ise bilgiye dayalı olma olasılığı daha yüksektir.

Çevik bir tedarik zincirinin sahip olduğu özellikleri aşağıdaki gibi sınıflandırabilmek mümkündür; (Harrison, Christopher, & van Hoek, 2016). Bu dört boyutun her biri sırayla ele alındığında, bir takım gözlemler yapılabilir.

a. Pazar duyarlılığı; son kullanıcı eğilimleriyle yakından bağlantılıdır

- Günlük satış noktası geri bildirimi
- Gelişmekte olan trendleri yakalayın
- Tüketicileri dinleyin

b. Sanal entegrasyon; tüm tedarik zinciri ortakları arasında paylaşılan bilgilere dayanır

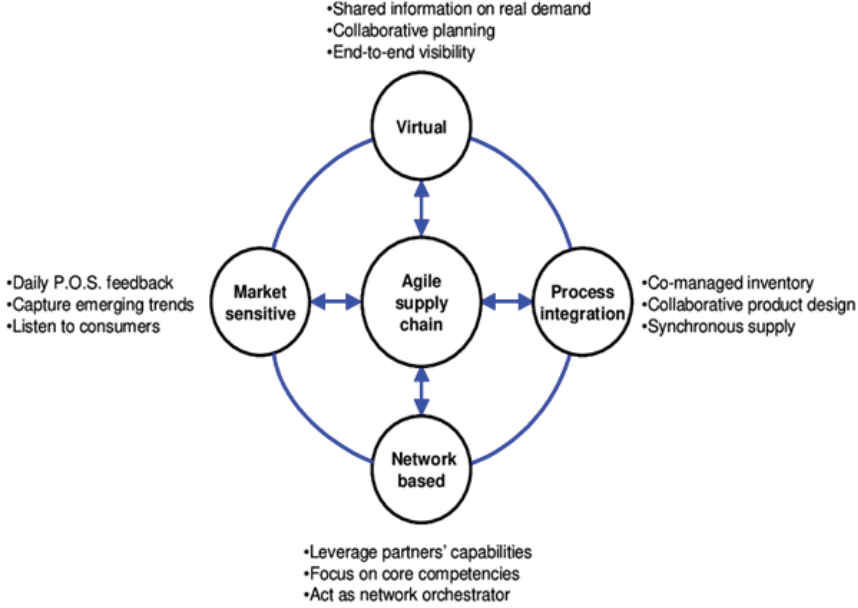
- Gerçek talep üzerine paylaşılan bilgiler
- Ortak planlama
- Uçtan uca görünürlük

c. Ağ tabanlı; uzman oyuncuların güçlü yanlarını kullanarak esneklik kazanır

- Ortakların yeteneklerinden yararlanma
- Temel yetkinliklere odaklanma
- Ağ düzenleyicisi olarak hareket etme

d. Süreç uyumu; ağ üyeleri arasında yüksek derecede süreç bağlantısına sahiptir

- Ortak yönetilen envanter
- Ortak ürün tasarımı
- Senkron-eşzamanlı tedarik



Şekil 2. Bir moda işletmesinde çevikliğin temelleri (Harrison, Christopher & van Hoek (2016))

a. Pazar duyarlılığı

Müşteriye yakın olmak her zaman pazar odaklı işletmelerin hedefi olmuştur, ancak moda perakendeciliğinde bu hayati önem taşımaktadır. Başarılı moda perakendecileri, çeşitli araçlar kullanarak ortaya çıkan moda eğilimlerini yakalar. Moda sektöründe genellikle satış sezonunun kısa olması amaçlanır ve ürün yenilenmez. Ancak ürünü pazara sunma sürecinin devam ettiği durumlarda, satış noktası verileri günlük olarak analiz edilerek, tedarik gereksinimlerini belirlemek için kullanılır. Satış noktası verilerinin ötesinde gerçek tüketiciler vardır ve onların tercihlerini ve değişen gereksinimleri belirlemek sürekli bir öncelik olmalıdır. İspanya merkezli moda perakendecisi Zara, rekabet ettikleri pazarlarda yeni fikirler ve trendler arayan moda “keşifçilerinden” oluşan ekiplere sahiptir. Ayrıca müşterilerin beğenip beğenmediklerini belirlemek ve bu bilgileri tasarım ekibine iletmek için kendi satış görevlilerini kullanırlar. Bilgisayar destekli tasarım ve bilgisayar destekli imalat (CAD/CAM) kullanılarak, bu fikirler hızlı bir şekilde somut ürünlere dönüştürülebilir ve birkaç hafta içinde piyasada bulunabilir.

b. Sanal entegrasyon

Çevik tedarik zinciri, kumaş üreticilerinden hazır giyim üreticilerine ve perakendeciye kadar zincirdeki tüm oyuncuların tümünün müşteri için çalışması için gerçek talep üzerine paylaşılan bilgiler aracılığıyla birbirine bağlı ve entegre olması anlamında sanaldır. Perakendecilerin ve tedarikçilerinin, paylaşılan bilgiler aracılığıyla yakından bağlantılı olması gerekir. Yakın zamana kadar çok az perakendeci satış noktası verilerini tedarikçileriyle paylaşıırken, günümüzde paylaşılan bilgilerin daha az envanterle daha yüksek seviyelerde raf kullanılabilirliğini sağlayabileceğine dair farkındalık artmıştır. Tedarikçi ve müşteri, perakendecinin operasyonunda sürdürülmesi istenen stok seviyelerini ortaklaşa kabul eder. Müşteri geri bildirimi satış verileri tedarik akışını planlamak için bu bilgileri kullanan tedarikçiye düzenli olarak gönderilir. Bu şekilde bir çalışma sistemi, ürüne olan talebin istikrarlı olduğu daha uzun raf ömrü olan ve sezon içinde yenilemelerin mümkün olduğu durumlarda en iyi sonucu verir.

c. Ağ tabanlı

Çevik bir ağın temelindeki ilke, kuruluşların daha az sayıda tedarikçiyle, daha uzun vadeli olarak çalışması gerektiği şeklindeki yaygın fikirle uyumlu değildir. Çevik bir ağda bunun yerine, odak firmanın gereksinimlerine göre değişen ağın 'orkestratörü' olarak hareket etme eğilimi vardır. Ana firmanın gereksinimlerine göre geçmişte birlikte çalışılan çok daha büyük bir tedarikçi havuzundan bir takım seçilir. Ancak bir sonraki üretim gereksinimlerine göre bu ekip yerini havuzdan yeni bir takıma bırakacaktır.

Çevik şirketlerin ayırt edici bir özelliği, geniş bir tedarik tabanına sahip esnek düzenlemeleri kullanmalarıdır. Zara uzman ve genellikle küçük üreticilerle yakın işbirliği içinde çalışarak yüksek düzeyde müşteri duyarlılığına ulaşmış bir moda şirkettir. Zara'nın stratejisi, yalnızca ölçek ekonomileri yoluyla maliyet verimliliğini artıran operasyonların (boyama, kesim, etiketleme ve paketleme gibi) şirket içinde yürütülmesidir. Emek yoğun bitirme aşamaları da dahil olmak üzere diğer tüm imalat faaliyetleri, her biri üretim sürecinin belirli bir bölümünde veya giysi tipinde uzmanlaşan küçük üretici firmalardan oluşan tedarikçi ağları tarafından tamamlanır. Bu alt yükleniciler, yalnızca Zara'nın ana şirketi Inditex S.A. için çalışırlar. Karşılığında, ana şirket tarafından belirlenmiş hassas teslim zamanı ve kalite değerleri hedeflerine ulaşmak için gereken teknolojik, finansal ve lojistik desteği alırlar. Yürütülen çevik tedarik sistemi, talepteki ani değişikliklerle başa çıkabilecek kadar esnektir.

d. Süreç uyumu

Geleneksel moda tedarik zincirlerinde, ürünün tasarımdan nihai tüketiciye ulaşmasına kadar geçen süre bir yılı bulabilmektedir. Buna karşılık,

bilgilerin eş zamanlı zamanlı olarak paylaşıldığı tedarik zinciri sürecinde birlikte çalışan “sanal ekipler” oluşturularak çevik tedarik ağı kurulabilir. Çevik bir ağda, süreç uyumu kritiktir ve iç sistemleri oldukça farklı olsa bile farklı varlıkların birbirine bağlanmasını sağlayan yeni nesil web tabanlı yazılımlar tarafından etkinleştirilir. İşlemlerin dijital ortamda yürütülmesi söz konusudur. Coğrafi olarak farklı lokasyonlarda bulunan dağınık ve birbirinden bağımsız kuruluşların tek bir işletme gibi hareket edebilmesi mümkündür. Ancak bu şekilde duyarlı tedarik zincirleri, hem şirket içinde hem de yukarı ve aşağı ortaklar ile yüksek düzeyde süreç uyumu gerektirir. Hatasız ve sınırsız bağlantılar oluşturma yeteneğiyle, tedarik zincirindeki farklı aşamalar arasında aktarmaların neden olduğu gecikmeler yoktur (Christopher, Harrison, & van Hoek, 2016).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz küresel pazarında büyük moda markaları tarafından tedarik zinciri yönetimi sürecinde referans olarak kullanılan SCOR modeli, eksik kaldığı bazı yönlerine rağmen en gelişmiş ve başarılı modeller arasında yer almaktadır. SCOR modeli işletmelerde, ürünlerin Ar-Ge, üretim yönetimi, pazarlama, lojistik, tedarik sürelerini en aza indirirken, maliyetlerin azaltılması, pazarda rekabet gücünün artırılması, tedarik zinciri içinde ve dışında kalan birim ve işletmelerde etkin iletişim kurulması gibi birçok fayda yaratırken, süreçlerin de standardize edilmesini sağlamaktadır. SCC ile APICS’in ortak çalışması sonucu ortaya koyulan SCOR modeli aynı zamanda, SCOR modeli, tedarik zincirleri stratejileri ile tedarik zinciri yönetimi uygulamalarının kıyaslanması, performans ölçümlerini yapabilmesi, karmaşık süreçlerin düzenlenmesine katkı sağlaması açısından ortak bir dil oluşturduğu için de işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Özellikle küresel ve büyük markalar SCOR modelini başarıyla kullanmaktadırlar.

Bütün sektörlerde olduğu gibi moda sektöründe de işletmelerin pazarda öncü, güçlü ve başarılı olmalarında tedarik sistemleri çok büyük öneme sahiptir. Modada tedarik sistemlerine bakıldığında temel olarak pazara sunma süresi, hizmete sunma süresi ve tepki verme süresi üç kritik süre olarak değerlendirilmektedir. Bu etkenlerin üçü de moda ürünlerinin kısa yaşam ömürleri, taleplerin çok hızlı değişmesi, maliyetlerin giderek yükselmesi karşısında maliyetleri azaltma çabaları ve diğer etkenler ile birlikte karmaşık tedarik ağlarında hızın ve özellikle çevikliğin önemini daha da ortaya koymaktadır. Çeviklik, kurumsal yapılarda ve stratejilerde radikal değişiklikler ve tahmine dayalı verilerden uzaklaşmayı gerektirmektedir. Moda ve hazır giyim sektöründe özellikle lüks ve hızlı moda markalarında, pazar duyarlılığı, sanal entegrasyon, ağa bağlı lojistik sistemler ve süreç uyumu, çevik ve hızlı tedarik-QR yeteneğine ulaşmak

ve yönetebilmek için temel ön koşullar haline gelmektedir. Hızlı Tedarik (QR), moda perakendeciliğinde yeni fırsatlar ve rekabet avantajları sunar-ken, perakendeciler ve üretim tedarikçileri için, seri üretim çağına yöne-lik tasarlanmış sistemlerle çalışan birçok firmaya alışmadıkları yeni bir operasyonel yaklaşım sağlamaktadır. Hızlı Tedarik operasyon stratejisi, az gelişmiş ekonomilerden gelen düşük maliyetli girdilerin kullanımına kıyasla nasıl daha uygun ve çekici bir kaynak bulma seçeneği sağladığını gösterdi. Tasarım, üretim ve pazarlama süreçlerindeki çeşitli maliyetler doğru bir şekilde anlaşıp hesaplandıktan sonra, moda sektöründe tedarik sistemlerinde çeviklik, esneklik ve yanıt verebilirliğin etkisinin ne kadar önemli hale geldiği anlaşılmaktadır. Bu etkiler karşısında tedarik zinciri yönetiminin oluşturulması ve sürecinin yönetilmesinde uygulanacak stratejiler pazarda rekabet üstünlüğü getirmektedir. Özellikle günümüz pazar koşulları dikkate alındığında, tüketici ihtiyaçları ve isteklerine bağlı olarak taleplerindeki sürekli değişimler karşısında başarılı şirketler, bu hızlı değişimlere tedarik süresini azaltarak cevap verebilen şirketler olarak ortaya çıkmaktadır.

Moda markalarının tedarik zinciri yönetimlerini en iyi şekilde ger-çekleştirebilmelerini sağlamak için uyguladıkları Tedarik zinciri stratejileri (SCS) pazardaki başarılarını ortaya koymaktadır. Burada moda markalarının dikkat etmeleri gereken nokta, tedarik zinciri stratejilerini oluştururken, küreselleşme ile artık çok daha karmaşık bir zincir yapısı ile karşı karşıya olduklarını bilmeleri gerektiğidir. Tedarik zincirini yöne-tirken SCOR modelini ele almaları hem karmaşık bir yapıyı daha kolay kontrol etmelerini sağlayacak, hem de zincirde yer alan bütün paydaş-larla iletişimi ve kontrolü kolaylaştıracaktır. Bu nedenle SCOR'u dik-kate alarak doğru tedarik zinciri stratejilerini tanımlamak için, öncelikle rekabet etmek zorunda kaldıkları durumlar, fırsatlar, tehditler amaçları doğrultusunda doğru olarak belirlenmelidir. Stratejinin doğru uygulanıp uygulanmadığını değerlendirmek ve tedarik zincirini stratejik hedeflere yönlendirmek için tedarik zinciri stratejilerinin, performans göstergeleri-nin doğru şekilde ilişkilendirilmesi çok önemlidir. Ancak bu şekilde moda markaları hızla değişen bu süreçte pazardaki başarılarını ve üstünlüklerini koruyabilirler.

KAYNAKÇA

- Alzoubi H.M., Aziz R., (2021). Does emotional intelligence contribute to quality of strategic decisions? The mediating role of open innovation, *Journal of Open Innovation, Technology, Market, and Complexity*, MDPI, 7(2), 130, doi: doi.org/10.3390/joitmc7020130, **ISSN: 2199-8531**
- APICS, (2017). APICS Supply chain operations reference model SCOR Version 12.0, <http://www.apics.org/docs/default-source/scor-training/scor-v12-0-framework-introduction.pdf?sfvrsn=2>, Erişim Tarihi: 12.07.2022
- ASCM, (2022). About ASCM, www.ascm.org, Erişim Tarihi: 07.10.2022
- Büyüközkan G., (2015). Tedarik zinciri ve SCOR modeli, <https://www.lojistik-hatti.com/haber/2015/09/tedarik-zinciri-ve-scor-modeli>, Erişim Tarihi: 03.12.2021
- Christopher M., Lowson R., & Peck H., (2004). Creating agile supply chains in the fashion industry, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 32(8), 367-376, <https://doi.org/10.1108/09590550410546188>
- Christopher M., Harrison A., van Hoek R., (2016). *Creating the Agile Supply Chain: Issues and Challenges*, 6th Chapter in Book: Developments in Logistics and Supply Chain Management ((*Past, Present, Future*), Edited by: Kulwant S. Pawar, Helen Rogers, Andrew Potter, Mohamed Naim, Palgrave Macmillan, pp. 61-68, doi: 10.1057/9781137541253_6, ISBN: 978-1-137-54123-9
- Chopra S., & Meindl P. (2010). *Supply Chain Management*, New Jersey, Pearson Education Inc. Fourth Edition
- Chopra S., & Meindl P., (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*, 6th Edition, Pearson Education, 528 pages, ISBN: 97812920093567
- Croxton K.L., Dastugue-Garcia S.J., Lambert D.M, Rogers D.S., (2001). The supply chain management process. *The International Journal of Logistics Management*, 12 (2), 13-36, doi: 10.1108/09574090110806271
- Erdoğan Ç., Şen A., Yücel Ö., (2007). Konfeksiyon üretiminde ulaştırma modeli yardımıyla birim maliyetlerinin belirlenmesi, *Tekstil ve Konfeksiyon*, 17(2), 137-139.
- Georgise F. B., Thoben K. D., & Seifert M. (2012). Adapting the SCOR model to suit the different scenarios: a literature review & research agenda, *International Journal of Business and Management*, 7(6), 2. www.ccsenet.org/ijbm, doi:10.5539/ijbm.v7n6p2
- Gunasekaran, A., Patel, C., and McGaughey R.E., (2004). A framework for supply chain performance measurement, *International Journal of Production Economics*, Vol. 87(3), 333-347.

- Nagurney A., and Yu M. (2012), *Fashion supply chain management through cost and time minimization from a network perspective*, in book: *Fashion Supply Chain Management: Industry and Business Analysis*, Editor: Tsan-Ming Choi, IGI Global, Hershey, PA, pp. 1-20, n vvvvvvv ccChain Council Inc (SCC), pp. 1-11. <https://dokumen.tips/documents/dcor-1-0-design-chain-operations-reference-model-dcor-1-0-1.html>, Erişim Tarihi: 08.09.2022
- Nyere, J., (2006). The design – chain operations reference – model, *Supply Chain Council Inc (SCC)*, 1-15.
- Guerola-Navarro V., Oltra-Badenesa R., Gil-Gomez and H., Gil-Gomez J.A., (2021). Research model for measuring the impact of customer relationship management (CRM) on performance indicators, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2669–2691, Routledge Taulor&Franvis Group, <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1836992>
- Öndoğan Z., Öndoğan E.N., (2021). *Moda ve Marka*, İKSAD Yayınevi, s. 3, ISBN: 978-625-8061-93-2
- Ross D.F., (1997). *Competing through supply chain management: creating market-winning strategies through supply chain partnerships (chapman&hall materials management/logistics series)*, p. 9, Springer Science & Business Media, ISBN: 978-0412137211
- Sadraoui T., & Mchirgui N., (2014). Supply chain management optimization within information system development, *International Journal of Econometrics and Financial Management*, 2(2), 59-71, doi: [10.12691/ijefm-2-2-2](https://doi.org/10.12691/ijefm-2-2-2)
- Waller D.L., (2003). *Operations Management: a Supply Chain Approach*, 2nd edition. London: Thomson Learning, ISBN: 978-1861528032
- Waters D., (2003). *Logistics: an Introduction to Supply Chain Management*, New York, Palgrave Macmillan.
- Wilbers M., (2015). *Supply Chain Innovation an International Business Approach*, Second Edition, Academic Service, BIM Media B.V., ISBN 978 90 395 28099, Netherland
- Zhou H., Benton Jr. W.C., Schilling D.A., & Milligan G.W., (2011). Supply chain integration and the SCOR model, *Journal of Business Logistics*, 32(4): 332–344

“

Bölüm 7

**ÖRGÜTLERDE KURUMSAL İTİBAR ALGISI
İLE ÖRGÜTSELVATANDAŞLIK DAVRANIŞI
VE MOTİVASYON ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Yasemin YETKİN¹

Ercan YAVUZ²

”

1 Öğr. Gör., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-9509-3067

2 Doç.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-3696-4832

1. Giriş

Bir ülkede doğup büyüme ya da yaşamış olma, bir ülkenin bireyi olma ve bir ülkeye bağlı bulunma durumuna “vatandaşlık” denir. Burada bağlı olma vaziyeti kişinin yurttan yaşayan birliğin üyesi olması, birliğe uyum sağlaması, mesuliyet alması ve birliğe etkisinin kalitesi olarak dile getirilir. TDK sözlüğüne göre vatandaşlık kavramı; *kişiler ile devlet arasında anayasa ve yasalarla tanımlanmış karşılıklı hak ve ödevlere dayanan bağ* olarak tanımlanmaktadır. Vatandaşlık kavramına dayanılarak geliştirilen örgütsel vatandaşlık kavramı genel olarak ise literatürde çok farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Örgütsel vatandaşlık beklenen görev tanımlarının dışında gönüllü olarak işgörenlerin örgüte katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen ekstra rol davranışı olarak tanımlanmaktadır (Keleş ve Pelit, 2009, s. 25). Örgütsel hedeflerin gerçekleşmesinde gönüllük esasına dayanarak örgütün sosyal ve psikolojik ortamına katkı sağlamak maksadıyla gerçekleştirilen bireysel davranışlar anlamına gelmektedir. Rol fazlası davranışlar, sosyal örgüt davranışları, örgütsel spontanlık veya sivil örgütsel davranışlar gibi farklı çalışmalarda farklı şekillerde isimlendirilmiştir (Sezgin, 2005, s.318).

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışı, biçimsel ödül sisteminde doğrudan yer almayan ya da tanımlanmayan ve bir bütün olarak örgütün fonksiyonlarının etkinliğine katkıda bulunan, isteğe bağlı bireysel ekstra rol davranışı olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı; prososyal davranış, iyi asker davranışı, örgütsel gönüllülük ve ekstra rol, görev davranışı olarak da literatürde yer almıştır (Avcı, 2015, s.13). Smith, Organ, Near (1983) ile Bateman ve Organ (1983) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar ÖVD kavramı ile ilgili ilk çalışmalardır. Bu araştırmalar neticesinde ortaya çıkan ilk bulgular örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı, iş tatmini kavramı ile temellendirilmeye çalışılmıştır.

Organ ve Ryan 12 yıl sonra yaptıkları bir araştırma sonucu 1983’te yaptığı çalışmanın çıktısına benzer bir sonuç ortaya koymuştur. İş tatmininin örgütsel vatandaşlık davranışının kaynağında olduğu belirlemişlerdir. Sonraki çalışmalarda ÖVD’nin diğer kavramlarla olan ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Örgütsel vatandaşlık Davranışının, kişilikle olan bağı Organ (1990); Organ ve Lingl (1995) ve Penner vd. (1997) tarafından ortaya çıkartılmıştır, adaletle olan bağı Moorman (1993), Aquino (1995), Skarlicli ve Latham (1996), Padsakoff, Mackenzie ve Boommer (1996) tarafından ortaya çıkmıştır. Kemery, Bedeian ve Zacur (1996), Tang ve İbrahim (1998) de ise isteklendirme teorileri ile bağı araştırılmıştır.

Çalışanların, sözleşmelerinde geçen görev tanımlarına uygun olarak büründükleri rol davranışı ve örgüte fayda sağlayacak şekilde gönüllü olarak iştirak ettikleri örgütsel davranış olmak üzere iki tip davranış şekli vardır. Örgütsel vatandaşlık davranışı olarak adlandırılan gönüllü davranış şekli sözleşmelerde yer almaz ve kişinin isteğine bağlı olarak yapılır.

Schnake Övd' ye ilişkin, Örgütsel vatandaşlık davranışı şekilleri birey ve örgüt temellidir. Her iki temelde de örgütü faydalı olma durumu söz konusudur. Bireylere yönelik örgütsel davranış şekli bireyleri etkileyen maddi ve manevi imkanları kapsamaktadır. Bireylerin bu konuda tatmin olması faydayı artırıcı niteliktedir. ÖVD iki temel unsurdan oluşmaktadır;

Bireylere yönelik ÖVD; çıktıları açısından bireyleri etkileyen, kişilik ve özellikleri, örgütün sosyal olanakları, çevresel unsurlar gibi faktörlerle birlikte ortaya çıkan unsurlardır.

Örgüte yönelik ÖVD; örgütlerde var olabilecek olumsuz durum veya örgüte katkı sağlayacak, bireyin örgüte katılımını artıracak, çıktıları açısından hem bireyi hemde örgüte tesir edecek davranışlar bulundurmaktadır.

Örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel yaşam üzerindeki faktörlerini konu alan araştırmaların çoğunda olumlu yönde değerlendirmeler yapılmakta az da olsa bazı araştırmalarda olumsuz faktörlerde ortaya konmuştur. Buradan hareketle ÖVD'nin örgüt için önem taşıdığı çıkarımı yapılabilmektedir (İpek, 2016, s. 22). ÖVD, örgütsel hayatta kişilerin performans, iş tatmini, moralleri, motivasyon düzeyleri ve örgütsel bağlılıklarıyla yakından alakalıdır. Örgütteki iş başarımları düzeylerinin artması iş görenlerin vatandaşlık davranışları ile doğru orantılıdır. Yöneticiler için iş başarımları düzeylerinin artması hedeflere varılması doğrultusunda önemli bir unsurdur. (Özdevecioğlu, 2003, s.119)

Örgüt hayatında kişilerin ve örgütlerin hedeflerinin birlikte gerçekleştirilmesi yönetici için amaçlardan birisidir. Örgütün hedeflerine ulaşırken, kişileri de kendi hedeflerine ulaştırması, bireylerin kendi hedeflerine ulaşırken örgütü de hedeflerine ulaştırması örgüt yaşantısının ana gereksinimlerindendir. Bu açıdan, örgütsel vatandaşlık davranışı bireysel ve örgütsel hedeflere ulaşmada dengeleyici bir yapıdır. Bir ulusun gelişmesi ve gelişen çağa ayak uydurması o toplumda yaşayan insanların sorumluluğunda ise, bir örgütün gelişmesi de o örgütün iş görenlerinin ve yöneticilerinin sorumluluğundadır. Örgütün öğrenen bir kimliğe bürünmesi, rekabet için avantaj elde etmesi, çevresine uyum sağlayabilmesi iş görenlerin sadakatine, bağlılığına, fedakârlığına ve çalışmasıyla ilişkilidir. Genel manada söz edildiğinde başarı iyi vatandaş olmak demektir. Örgütsel etkinlik açısından olumlu davranışları yapmak, olumsuz davranışları

uygulamamak, örgütsel vatandaşlık davranışını etik inancıyla ilişkili bir iş haline getirir (Özdevecioğlu, 2003, s.119).

Örgütsel vatandaşlık davranışının önemi, örgütler ve çalışanlar açısından anlaşıldıktan sonra örgütte ortaya çıkan davranışların hangilerinin örgütsel vatandaşlık davranışı olarak sınıflandığını ve bu anlamda örgütsel vatandaşlık davranışları türlerinin bilinmesi gerekmektedir (Kaya, 2013, s.271).

2.1.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Türleri

Son yıllarda yapılan alan araştırmalarında örgütsel vatandaşlık davranışının iki bölümde ele alındığı görülmektedir. Birinci bölümde örgütsel yapıya aktif bir şekilde katılım sağlama ve katkıda bulunma olarak ortaya çıkar. İkinci bölüm ise, örgütsel yapıya zarar verecek her türlü davranıştan uzak kalma şeklinde ortaya çıkar. Bu iki farklı kavram arasında yapısal olarak farklılıklar vardır (Özdevecioğlu, 2003, s.119).

Birinci bölümde organizasyona veya örgüte katkı şeklinde ortaya çıkan, kişilerin veya örgüt çalışanlarının aktif bir şekilde örgüt veya organizasyon hayatının içinde yer alması gerekir. Bu tür davranış ve hareket gösteren iş gören birey çalışkandır, aktiftir ve üretkendir. İkinci bölümde ise, zararlı davranışlardan kaçınma şeklinde ortaya çıkan davranış ve hareketlerin temelinde örgüte ve organizasyona zarar vermemek yatmaktadır. Bir maça çıkarken yenmek düşüncesi ile yenilmemek düşüncesi aynı anlama gelmez. Burada oluşan farklılık aslında benzer farklılıktır. Farklılık teoride bulunsa da, uygulamada her iki davranış da istene davranış türüdür. İstenen davranış sonucunda önemli olan örgütsel etkinliği ve verimliliği artırmak olacaktır. Bu farklılıkların ortaya çıkmasının ana nedenleri örgütsel farklılık ve bireysel farklılıklardır (Karaman ve Aylan, 2012, s. 38).

Hedeflerine göre örgütsel vatandaşlık davranışları, iki bölümde incelenmektedir. Çalışan ve örgüt hedefli davranışlar şeklinde anlatılmaktadır. Çalışan Hedefli Davranışlar; Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili bir bölüm ise çalışanları inceleyen bölümdür. Çalışanların örgüt içindeki iş ile ilgili kavramlarda karşılık beklemeden birbirlerine yardım etmeleri, gönüllü olarak diğer çalışanların iş yükümlülüklerini üstlenmeleri ve birbirlerini etkileyen konularda faaliyet öncesinde konu ile alakalı bilgilendirme yapmaları bu konu içerisine girmektedir. Organ'ın sınıflandırmasında yer alan nezaket ve özgecilik (diğerkâmlık) yani bilgilendirmeye dayalı davranışlar, iş görenlerin diğer çalışanlar ile ilişkileri dayalı davranışları belirtmektedir (Kaya, 2013, s.273).

Örgüt Hedefli Davranış; Örgütte oluşabilecek olumsuz durumların ortaya çıkmasını engellemek, örgütün gelişimi için fikirlerin paylaşılma-

sı ve uygulanması için çalışanların örgüt faaliyetlerine katılması istenen davranışlardır. Bu davranışlar sonucunda örgüt ve bireyin etkili biçimde iletişim ve hareket becerisinin artmasını temel alan örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır (Kalkan,2013, s.75).

Davranış Tarzlarına Göre Örgütsel Vatandaşlık Davranışları; Davranış tarzlarına göre örgütsel vatandaşlık davranışları, iki bölümde incelenmektedir. Olumlu aktif ve olumlu sakınma davranışları şeklinde anlatılmaktadır. İş görenlerin, gönüllü olarak örgüte fayda sağlayacağını düşünerek gösterdikleri davranışlardır. İş görenlerin gönüllü olarak örgütün faydası için yapılan faaliyetler konusunda rol fazlası davranışları göstermesi olumlu aktif davranışlar içerisine girmektedir. Örgüt içerisinde uyumlu bir ortam oluşturmak için toplantılara katılım sağlamak, aktif çalışarak ve çalışma zamanına riayet etmeleri bu davranış kapsamına girmektedir ve gösterilen bu davranışlar örgüt yöneticileri tarafından benimsenmiş ve takdir görmüş davranışlar olarak nitelendirilmektedir (Güler, 2013, s.22).

İş görenlerin örgütlere zarar verecek davranışlardan kaçınmaları ve bu davranışları uygulamaktan çekinmeleridir (Altay,2011:37). İş görenlerin bu davranış türünde örgütlerde yaşanan sıkıntıların problem haline getirilmeyerek uyumlu bir ortam oluşmasını sağlamak ve bireye sağlanan imkanları verimli bir biçimde kullanarak olumlu bir performans göstermeleridir. Çalışanlar, farklı durumlarda örgüt aleyhinde sonuçlar ortaya çıkarak davranışlarda bulunabilirler. Bunun sonucunda, örgütün etkinliğini olumsuz yönde etkileyen davranışlar ortaya çıkmaktadır (Kalkan, 2013, s.77). Örgütsel Vatandaşlık Davranışları ile alakalı tartışmasız kabul gören davranışlar örgüt yararına yapılan davranışlar olarak görülmektedir. Fakat örgüt ile iş gören arasında çatışma içinde olunan konular dâhilinde örgüt aleyhinde davranışlar ortaya çıkabilmektedir. Bu tür faaliyetler daha çok örgüt zararına gerçekleşen davranışlardır. Bu davranışlara örnek olarak maaş konusunda istenenler dâhilinde bir araya gelinmesi ve işlerin aksaması, gibi örnekler işletmenin zararına gerçekleşen davranışlardır. Bu davranışlar aşağıda belirtilmektedir (Güler, 2013, s.23):

- Meydan okuma, otoriteye karşı koymak,
- İntikam ve misilleme davranışlarında bulunmak,
- İşten kaçmak,

ÖVD konusunda yapılan birçok araştırmaya rağmen, karşı vatandaşlık davranışlarının örgütsel davranışlara etkileri konusunda yeterli çalışma yapılmadığı görülmektedir (Kaya, 2013, s.274). Çalışanların belli hedeflere ulaşmak için üstlerine yani yöneticilerine yakın davranması, özel işlerini yapması, üstünün göreceği zamanlarda ek görevlerde bulunmaları olarak örnek gösterilebilir. Yağmacılık olarak adlandırılmaktadır (Altay, 2011, s.38).

2.1.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Boyutları

Örgütsel vatandaşlık davranışı konusunu içeren bilimsel çalışmalar incelendiğinde davranışların ele alınış yönü açısından her birinin farklı birer kaynak olabileceği görülmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışlarının boyutlarının incelenmesi hususunda ortak bir paydada buluşamayan araştırmacıların bazı boyutlarının benzer olduğunu düşünmeleri ise kaçınılmaz olmaktadır. Her iki kanıya da çalışmanın devam eden bölümünde değinilmektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışının temelini oluşturan Organ (1988) ÖVD’yi “*özgecilik, vicdanlılık, nezaket, sivil erdem ve sportmenlik*” olarak sınıflandırmaktadır (Erdem, 2008; 59). Organ tarafından yapılan bir diğer sınıflandırmada ise iki faktörlü sınıflandırmaya yer verilmektedir. Bu bağlamda birinci sınıflandırma, “*diğerlerini düşünme boyutu*”, ikinci sınıflandırma ise “*genelleştirilmiş uyum boyutu*” olarak ele alınmaktadır (Özcan, 2015, s. 49).

Organ’ın sınıflandırmasının akabinde Graham (1991), örgütsel vatandaşlık davranışı boyutlarını üç ana kategoride ele almaktadır. “İtaat”, “katılım”, “sadakat” şeklindeki bu boyutları, Williams ve Anderson (1991)’ın “bireylere yönelik ÖVD” ve “örgüte yönelik ÖVD” kategorileri takip etmektedir. Van Dyne ve araştırmacı arkadaşları (1994)’na göre “örgütsel sadakat”, “örgütsel itaat”, “sosyal katılım”, “fonksiyonel katılım” ve “savunmacı katılım” beş temel başlığa ayırmaktadır (Erok, 2018; 20). Moorman ve Blakely (1995) “kişiler arası yardım”, “sadakatin artışı”, “bireysel inisiyatif” ve “personel çalışkanlığı” olarak sınıflandırma yapmaktadır. Podsakoff ve diğerleri (2000) ise örgütsel vatandaşlık davranışı boyutlarını yedi kategoride en güncel haline kavuşturmuştur. Bunlar; “örgütsel sadakat”, “örgütsel itaat”, “bireysel inisiyatif”, “sivil erdem”, “bireysel gelişim”, “yardımlaşma davranışı” ve “sportmenliktir (İpek, 2016, s. 37).

Alan yazımda bulunan ise; örgütsel vatandaşlık davranışının sınıflandırılması ve boyutları ile alakalı Organ tarafından son haline getirilmiş olan:

Nezaket

Vicdanlılık (Üstün Görev Bilinci),

Özgecilik (Diğerlerini Düşünme, Altruizm),

Sivil Erdem (Örgütün Gelişimine İzin Verme, Örgütsel Erdem),

Centilmenlik-Gönüllülük (Sportmenlik).

2.1.2.1. Nezaket

Organizasyonlar da iş görenlerin sorumluluklarını yerine getirirken iş bölümü ve grup çalışmaları dâhilinde bireyler arasında oluşan olumlu iletişim türüdür (Özdevecioğlu, 2003, s. 121). Organ (1988) tarafından yapılan araştırma ile ortaya çıkan bu boyut; *tutum, davranış ve kararlardan etkilenen* çalışanların etkileşimi ve iletişimlerinin olumlu sonucundan doğan davranışların tümüdür (Erok, 2018, s. 23). Oluşabilecek sorunların tahminine dayalı doğrudan davranışları barındıran bu kavram, sistematik bir şekilde kendinden başkalarını etkileyecek şekilde ortaya çıkar. Bu davranış sonucunda onları etkileyecek kararlar vermeden önce bilgilendirmeye dayalı davranıştır. Oluşabilecek tehdit edici olayla karşı örgüttekileri uyarıcı davranıştır. Bu kavram ile birlikte bir sorunun ortaya çıkmasını yavaşlatmak veya önleme davranışında bulunmak, herhangi bir çalışma arkadaşının ortaya çıkabilecek probleminin engellemek için yapılan faaliyetler bireyin örgütsel vatandaşlık davranışının *gelecek odaklı bilgilendirmeye dayalı bileşimi* Organ'ın, “nezaket” kavramını nitelemektedir (Özden, 2015, s. 59).

2.1.2.2. Vicdanlılık (İleri Görev Bilinci)

İş görenlerin kendilerine biçilmiş rolleri olarak kabul edilen görev ve sorumlulukların dışına çıkarak var oldukları örgütün verimliliğini pozitif yönde etkileyen gönüllü davranışlarda bulunmaları, vicdanlılık bir diğer adıyla ileri görev bilinci şeklinde ifade edilmektedir. Bu davranışlar bir birey ya da topluluğa yönelik olmamakla birlikte doğrudan örgütün faydalanmasını gözetken davranışlardır. Mesai ücreti almadığı halde işini bitirmek amacıyla fazla çalışması, etkin ve düzenli olması, başka personellerin sorumluluğunu almadığı işleri üstlenerek görev bilinciyle hareket etmesi, işyeri kural ve tedbirlerine riayet etmesi, olumsuz sağlık ve hava koşullarında dahi işi aksatmaması, işi zamanından önce bitirmesi, toplantılara vaktinde ve düzenli olarak katılması, dinlenme saatlerini suistimal etmemesi, örgüt kaynaklarını yerinde kullanması ve koruması gibi davranışlar denetimin söz konusu olmadığı durumlarda bireyin vicdanının sesiyle ilişkilendirilebilecek davranışlardır (Özden, 2015, s. 58). Fakat vicdanlılık davranışı bazı durumlarda personeller tarafından taktiksel bir hale dönüştürülebilmektedir.

Çalışan hedeflediği kişide bıraktığı imajı değiştirmek ya da olumlu izlenim bırakmak amacıyla bu gibi davranışlara başvurmaktadır (Erdem, 2008, s. 63). Çalışanların örgüt kurallarına gönüllü olarak uyum sağlamaları ve bu durumu alışkanlık haline getirmeleri vicdanlılığın örgütsel vatandaşlık davranışı sayılmasının temelini oluşturmaktadır. Bir diğer örgütsel vatandaşlık boyutu olan özgecilik (diğerkâmlık) ile vicdanlılık pragmatik düşünce açısından birbirine benzemektedir. Fakat özgecilikte

doğrudan birey faydası gözetilirken vicdanlılık boyutunda örgütün faydası ön plandadır (İpek, 2016, s. 61).

2.1.2.3. Özgecilik

Aynı örgüt içerisinde çalışan bireylerin gönüllü olarak birbirlerine yardım etmelerini ve aynı zamanda birbirlerinin göremeyecekleri ihtiyaçları karşılamalarını içeren özgecilik davranışı çalışanın kendinden beklenenin ötesine geçmesine olanak sağlar (Özden, 2015, s. 57). Sağlık problemleri medeniye işlerini tamamlayamayan arkadaşlarının sorumluluklarını üstlenme, işinde başarısız olan çalışanlara yardım etme, işini tamamlayamayan çalışanlara destek olma, işe yeni başlayan çalışanların uyum sürecini kolay atlatmalarını sağlama gibi davranışlar diğerkâmlık davranışlarıdır (Yıldız ve Akgemci, 2011, s. 88).

Bu tür davranışların temelinde yardımseverlik yer aldığı için örgütlerde örgütsel vatandaşlık davranışlarının ve örgüt içi etkinliğin artmasını sağlamaktadır. Doğrudan bireysel fayda gözetilerek yapılan davranışlar nihayetinde örgütü olumlu yönde etkileyerek ortaya çıkabilecek sorunların önlenmesine imkân tanımaktadır. Tıpkı vicdanlılık boyutunda olduğu gibi bireyler özgecilik davranışını izlenim yönetimi davranışı haline getirebilmektedir. Böylelikle belli bir gruba dâhil olmak ya da pozitif bir intiba uyandırmak isteyen çalışanlar bu amaçla yardımsever hareketlerde bulunabilmektedirler (Erdem, 2008, s. 62).

2.1.2.4. Sivil Erdem (Örgütsel Erdem)

Bireylerin örgütün işleyişinde etkin bir şekilde rol alarak gerektirdiği tüm sorumlulukları içeren örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutudur. Buradaki temel husus çalışanların yerine örgütün hedef alınmasıdır. Örgütsel yönetim ve gelişim sağlayarak desteğini esirgemeyen sivil erdem, mesleki ve sosyal açıdan sürece gönüllü olarak katılmayı esas alır (Erdem, 2008, s. 63).

Organ'a göre iyi bir çalışan örgüte yüksek düzeyde bağlılık gösteren, sadece örgütün kurallarına uymayı hedeflemeyip örgütle alakalı konularda bilgi alışverişi yapabilen çalışandır. Bu sebeple örgütte düzenlenen toplantılara katılma, verilen kararlara katılmak amacıyla oy kullanma, örgütsel detaylar hakkında düşünme ve gerekli materyallerden faydalanma, örgüt imajına katkıda bulunan çalışmalarda aktif rol alma, değişim ve gelişmeleri takip etme, çalışma arkadaşlarıyla örgüte faydalı olabilecek konularda iletişimde bulunma gibi davranışlar sivil erdem boyutuna örnek olabilecek davranışlardır. Örgütler çalışanlarının bu davranışa yönelebilmeleri için bazı teşviklerde bulunmaktadırlar. Bunlardan geribildirim verilmesi ve ödüllendirme sürecinin işlenmesi en popüler olanlarıdır. Aynı

zamanda bu davranışları sergilemek için çalışanların zaman ve efor harcamaları yöneticilerin konuya başka bir şekilde yaklaşmasını kaçınılmaz kılmıştır. Örgütsel vatandaşlık algısıyla yapılan davranışlar çalışanda söz hakkı yarattığı ve süreçle alakalı bilgi sahibi olmalarına sebep olduğu için bu durum yöneticiler tarafından hoş karşılanmamakla birlikte pek çok yönetici tarafından desteklenmemektedir (Özcan, 2015, s. 51).

2.1.2.5. Centilmenlik (Sportmenlik)

Centilmenlik örgülerde yaşanabilecek herhangi bir olumsuzluk ve tartışmadan uzak kalmak, kendisini rahatsız hissetmesine neden olacak olayları abartmadan ortadan kaldırmak ve yaşanan bu tarz olaylarda pozitif olmak gibi durumları ifade eder. Örgüt amaçlarının gerçekleştirilebilmesi doğrultusunda Herkes elinden geleni yaparak örgüt çıkarlarını ön planda tutar. Amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmalarda öneriler sunulur ve bu öneriler kabul edilmediğinde çoğunluğun görüşüne saygı duyulur, kimse bunun kişisel bir durum olduğunu düşünmez (Özcan, 2015, s. 52; Erdem, 2008, s. 62). Centilmenlik boyutu ile, yapılan şikayetler ve yaşanan gerginlikler son bulacaktır. Bu durum; örgüt içerisinde huzur ve sakinliğe kavuşarak, önemsiz problemleri büyütme ve şikâyetle bulunmaktan kaçınmalarına neden olur. Örgüt içerisinde iletişim kuvvetlenir ve çalışanların birbirlerine olan bağlılıkları artarak birbirlerine yardım etme isteklerinde artış olur (Erok, 2018, s. 26).

Bu davranış şekli örgütün fayda sağlaması için daha iyi çalışma zamanını arttırır. Çalışanların devamlı surette olumsuzlukları görerek sürekli bunlara odaklandığı bir örgütte olumlu bir ortamın olması imkânsızdır (Özden, 2015, s. 60). Yöneticinin örgüt üyeleri arasında işbirliği oluşturmak adına harcadığı zaman ve enerjiyi en aza indirger. Centilmenlik; yöneticinin, çalışanlarıyla yakın bir ilişki kurmasına neden olabilir. Bunun sebebi; liderin, kendisini amaçlarına ulaştırabilecek çalışanlarının yakınında olmasını istemesidir (Erdem, 2008, s. 62).

2.2. Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar örgütün çalışanları ve müşterilerinin örgüt hakkındaki olumlu algılarıdır. Olumlu algı düzeyinde kurumsal itibar da yüksektir. Yani kurumsal itibar, kurumsal algıya göre farklılık gösterir. Kurumsal itibar; kurumsal imaj, kurumsal adalet, kurumsal adalet ve kurumsal sadakatin kaynağıdır. Bir kurumun sahip olabileceği en önemli değerdir. Günümüzde çağdaş yönetim yaklaşımlarında kurumsal itibar önemli bir değer olarak kabul edilmektedir. Kurumsal itibarın inşa edilmesi bir süreçtir ve bu sürecin etkin şekilde yönetilmesi gerekir. Kurumsal itibar sahip olması uzun zaman alan ama çok kısa sürede kaybedilebilecek bir değerdir. Kurumsal itibar bir algı durumu olduğu için kurumun iç ve dış paydaşlarının

algılarının kurum lehine dönüştürülmesi gerekir. Bu ancak etkin bir yönetim ile mümkün olabilir. Aynı zamanda örgütsel yapı, sistem ve işleyişin kurumsal itibar sağlayacak tarzda olması kurumun yararınadır.

İtibar soyut bir nitelik taşısa da kurumsal olarak somut bir değer taşımaktadır. Çünkü kurumsal itibar, kurumun rekabetçi pozisyonuna katkıda bulunur. Bu katkıyı elde etmek zahmetli bir süreç olduğu için kurumsal itibarın yönetilmesine dikkat edilmeli, bu değerden mahrum kalınmamalıdır.

Kurumsal itibarın elde edilmesi için kurumun iç ve dış çevresi arasında karşılıklı yarar ilişkisi kurulmalıdır. Bu nedenle kurumsal iletişim ve kurumsal imaj yönetimiyle yakından ilgilidir. Kurumun imajını yükseltip, olumlu algının ortaya çıkarılması gerekir. Aynı zamanda kalıcı ve stratejik iletişimi de gerektirir. Tabiki sadece iletişim kurmak ve bunu korumakla kurumsal itibar elde edilmez. Kurumsal itibar etkileşim gerektiren bir süreçtir.

Türk Dil Kurumu'na göre itibar kavramı; "saygı görme, değerli, güvenilir olma durumu, saygınlık, prestij olarak tanımlanan itibar kavramı, kurumun diğer rakipleriyle mukayese edildiğinde tüm paydaşlarına karşı genel çekiciliğini tanımlayan, geçmişte yaptıklarıyla, gelecekte yapabileceklerinin algısal betimlemesidir. Bir diğer anlamı ise bir kişi veya birşey hakkında insanların genel düşünceleri, geçmiş davranışlarına ya da karakterine dayanarak ne kadar takdir edildiği ve beğenildiğidir. İtibar kişiler için olduğu kadar insanlar için de gerekli ve önemli bir kavramdır. Uzun bir süreç, tutarlı davranışlar ve sabır gerektirir. Bu nedenle kurumların itibarları varlıklarını sürdürebilmeleri için bir gereklilik haline gelmiştir. Kurumsal itibarın temelini oluşturan paydaşlar, örgütün amaçlarına ulaşmasından etkilenen ya da örgütün amaçlarına ulaşmasını etkileyen taraflardır (Ersöz, 2007, s. 27). Bir kurumun iyi itibara sahip olması paydaşlarının gözünde farklı olduğunu ve kurumla ilgili iyi düşünceleri olduğunu gösterir. (Gümüş ve Öksüz, 2009:7).

Özet olarak kurumsal itibar, elle tutulamayan, gözle görülemeyen yani soyut bir değer olmakla birlikte taklit edilmesi zor ve yerine başka bir varlık koyulamayacak kadar da önemlidir (Alınışık, Alınışık ve Genç, 2010).

Tüm bu tanımlara dayanarak kurumsal itibarın, iç paydaşların kurumla ilgili duygu ve deneyimlerinden oluşan kurum kültürü ve kurum kimliğinin etkisiyle oluşturulan imajın toplam değeri, değişimlere karşı bariyer görevi gören güçlü bir marka imajı, kurum ile sosyal paydaşları arasındaki iletişimle şekillenen sosyal oluşumlar ve kurum paydaşlarının olumlu geri bildirimine temel oluşturan kurumsal başarıları olarak tanımlamak mümkündür. Kurumsal itibara ilişkin farklı tanımlar olmasına rağmen ta-

nımlardaki anlamlar üç belirgin gruba ayrılmaktadır. Bunlar (Barnett vd. 2006);

- itibarın bir farkındalık durumu olduğu,
- itibarın bir değerlendirme olduğu,
- itibarın bir değer olduğu olarak ayrılmaktadır.

2.2.1. Kurumsal İtibar Yönetiminin Önemi

İşletmelerin olumlu, devamlı ve güçlü bir itibar kazanmak için paydaşları ile iyi ilişkiler kurarak bunu devam ettirmeleri gerekir (Çiftçioğlu, 2009, s. 6). Rakiplerine göre kaliteli ürün ve hizmetler sunmak, paydaş memnuniyeti, sürekli kurumsal iletişim ve kurumsal etik itibar sahibi olmanın yoludur. Bu yüzden iyi bir itibar oluşturmak ve bunu sürekli kılmak için devamlı çaba harcamak gerekmektedir. İşletmelerin yapması gereken itibar bileşenlerini (ürün ve hizmetler, müşteri memnuniyeti, sosyal sorumluluk, kurumsal iletişim, kurumsal etik, finansal performans, sosyal sorumluluk) işletmenin itibarını oluşturacak ve olumlu yönde etkileyecek şekilde kullanmaktır (Sabuncuoğlu, 2008, s. 100).

Kurumsal imaj ve kurumsal kimlik kavramları birbirine karıştırılmaktadır. Kimlik ve imaj farklı kavramlardır. Kimlik kurumun ana karakteridir. Fombrun ve Van Riel'e göre kurumsal kimlik; çalışanların kurum için merkezi önem taşıyan, kurumu paydaşların gözünde diğer kurumlardan farklı kılan, geçmiş ve bugünü geleceğe bağlayan, kalıcı ve sürekli özelliklerdir. Bu tanımlama kurumsal kimlik ile kurum kültürünü birbirine yaklaştırmaktadır (Fombrun, Cees, Riel, 2003).

Kurum kimliği ile yakın ilişkili bir diğer kavram da kurumsal markadır. Kimlik yönetiminin amacı kurumun paydaşları arasında olumlu algı oluşturmaktır. Kurumsal marka ise kurumun farklı paydaşları tarafından tutarlı şekilde algılanmasını sağlamaya çalışmaktır.

Örgütler için en önemli sorunlardan birisi onu açık ve net olarak ifade edebilecek bir kurumsal kimliğin oluşturulmasıdır. Günümüzde kimlik kurumların kendini hem iç hem dış paydaşlara nasıl sunduğuyla ilgilidir. Kurumun iç paydaşları ile olan etkileşimi kadar, dış paydaşlarla gerek iletişim gerekse davranışları ile nasıl olduğuna bağlıdır. İyi bir kurumsal itibar elde etmenin yolu işletmedeki tüm üyelerin paylaştığı bir kurumsal kimlik yaratmaktır. Şekil 2'de itibar, imaj ve kimlik arasındaki ilişkiye yer verilmiştir.

Kültür, toplumun çevresiyle mücadele ve beraber yaşamaktan kaynaklanan problemlerin çözümü sırasında öğrenilmiş, kullanılabilirliği nedeniyle ise gruba yeni katılan üyelere benimsetilmek istenmiş tutum,

değer, inanç, deneyim, beceri, alışkanlık, yöntem, gelenek ve göreneklerin tümüdür (Hatch ve Schultz, 1997, s. 358). Bir kurumu diğerlerinden ayıran özellikler bütünü kurumsal kültürü ifade eder. Kültür, çalışanlar için uygun davranışların neler olduğunu belirler. Bu nedenle tanıma örgüt içi otorite, liderlik biçimleri, ekip çalışmaları, kararlara katılım düzeyi, örgütsel bağlılık ve ödül performans sistemini de eklemek gerekir. Belirgin ve net biçimde tanımlanmış kurum kültürü sayesinde çalışanlar kendilerinden ne beklediğini bileceklerdir.

Örgüt kültürü öğrenilmiş veya sonradan kazanılmış bir olgudur. Yazılı bir belge olmamasına rağmen çalışanlar ne yapacaklarını bilir ve birbirlerine aktarırlar. İnsanların belleklerinde inanç ve değerler olarak yer alır ve düzenli şekilde tekrarlanan davranışlar şeklindedir.

Kurum kültürünün, kurumlar açısından önemi büyüktür. Kurum kültürü çalışanlara bir aidiyet, kimlik hissi vermektedir. Çalışanlara ortak bir amaç vermesi nedeniyle kurumu bir arada tutar. Güçlü örgüt kültürüne sahip bazı kurumların, kurumsallaşmış bazı değerlere de sahip olduğu görülmektedir. Bu değerler sayesinde çalışanlar kurum ile kendilerini bağdaştırır, kurumun amaçlarına daha sıkı bağlanırlar.

Kurum kültürü güçlü ya da zayıf olabilmektedir. Kültürün çalışanlar tarafından benimsendiği durumlarda güçlü bir yapısı vardır ve bu yapı değişime karşı oldukça dirençlidir. Zayıf kültür ise genellikle genç kurumlarda görülmekte olup, değişime az direnç gösterirler. Ancak kültür yeterince esnek olmadığında, dış dünyadaki değişimlere adapte olamaz ve bir dezavantaja dönüşebilir.

Kurumsal Dizayn; Kurumun kimlik hedeflerine uygun, tüm görsel unsurların uyumlu biçimde hedefler doğrultusunda oluşturulması kurumsal dizayn olarak tanımlanır. Kurumsal dizayn, kurumsal görsel kimlik olarak da ifade edilmektedir. Görsel kimlik işletmenin, örgüt dışındakiler tarafından fark edilmesini sağlayan sembollerdir. Kurumun görsel kimliği; kurumun ismi, semboller ya da logoları, tipografisi, renkleri ve slogosundan oluşur.

Kurumsal İsim: Kurumun itibarını sembolize eder. Paydaşların gözünde farklılık yaratmak için önemli bir araçtır. Samimi ve güven veren kurum isimleri paydaşların gözünde kalite ve güvenilirlik gibi anlamlar çağrıştıracaktır. Semboller (Logolar): İşletmenin isminin özel bir şekilde yapılan sunumudur. Kurumun rakipleri karşısında korunmasını, fark edilebilir olmasını sağlar. Logolar seçilirken, örgüt kimliği ve varlık nedenini en iyi anlatan işaret seçilmelidir. Kurumlar hedef kitle üzerinde farkındalık yaratmak için logoların taşıdığı anlama dikkat etmelidir. Tipografi ve Yazı Türü: Tipografi kurumun hedef kitlesi ile yazı aracılığıyla iletişimidir. Kurumun seçeceği tipografi kurum kimliğine özgü olmalıdır. Yazı

kolay anlaşılabilir ve net olmalıdır. Renkler: Hedef kitlede yaratılmak istenen etki göz önüne alınarak renk seçilmeli ve logolara yansıtılmalıdır. Renkler duyguları harekete geçirir. Bu nedenle kurumun kendini anlatmak için kullanacağı renkler, paydaşlar üzerinde duygusal etkiler oluşturabilecektir. Sloganlar: Kesin ve hatırlanabilir sloganlar kurumun bir parçası haline gelir. Kurum vizyonunun anlatılması, kuruma yön verme gibi nitelikler taşır. Kurumun vizyonu ve misyonu hakkında paydaşlara mesaj verebilme niteliği de taşıması gerekir.

Kurumsal Davranış; kurumsal davranış, işletmelerin kurumsal kimlikle ilişkili olan planlı faaliyetleri veya kurumların doğaçlama tutumlarından oluşur. Çalışanların davranışları kurumsal davranışın temelini oluşturmakta, yönetimin benimsediği davranış modeli ile çalışan davranışları arasında tutarlılık olmadıkça paydaşlara gönderilen mesajlar eksik kalabilmektedir. Bu durum paydaşların gözünde işletmeye karşı güvensizlik oluşmasına sebep olmaktadır (Çiftçioglu, 2009, s. 46).

Örgütlerin üst yönetimi paydaşlara ilişkin davranışları biçimlendirirken kurumsal kimlik ve kurumsal kültürden etkilenir. Üst yönetimin davranışı örgütün geneline ilişkin davranışları tanımlar. Çalışan davranışları ise, kurumun diğer kurumlardan farkıdır ve paydaşlarla ilişkilerde büyük önem taşımaktadır. Çalışan ve yönetim davranışlarının bütünlük içinde olması dışarıya gönderilmek istenen mesaj ve oluşturulmak istenen itibar için önemlidir.

Marka Değeri; kurumların değeri hakkında yorum yapılırken sadece maddi varlıkları değil, marka değeri gibi soyut unsurları da dikkat çekmektedir. Marka değeri, markanın adı, sembolleri, paydaşlar üzerinde uyandırdığı çağrışımlar ve itibarının değeri olmakla birlikte bilançoadaki aktiflerinden oluşmaktadır. Kurumlar açısından marka değeri, kuruma gelecekte kazandıracağı gelirler olarak görülebilir. Marka değeri, kurumları rakiplerinden üstün kılan soyut bir varlıktır. Güçlü bir markaya sahip güçlü kurumlar, kriz dönemleri ve tüketici zevklerinin değiştiği zamanlarda ayakta kalabilmek için esnek olmaktadır. Güçlü marka olmanın bir diğer avantajı ise rakiplere karşı direnç sağlaması ve pazara girişlerini engellemesidir. Tüketici temelli marka değeri, marka isminin ürüne sağladığı ek değer, aynı özelliklere sahip markalı bir ürün ile markasız bir ürüne karşı tüketici tercihlerindeki farklılık, kısacası marka isminin ürünlere eklediği katma değer olarak ifade edilmektedir.

Farklı paydaşlar markanın farklı boyutlarıyla ilgilenmektedir. Bundan dolayı marka her paydaş grubu için farklı bir anlam ifade eder. Markanın finansal değeri yatırımcıları ilgilendirirken, işletmeler için marka değerinin yüksek olması yüksek karlı satış anlamına gelmektedir. Marka değeri kurumlara farklılaşma kolaylığı ve rekabet avantajı sağlar. Bu du-

rumda rakiplerin piyasaya girişi de zorlaşmaktadır. Bir kurumun marka değerinin yüksek algılanması kurumsal itibarına katkıda bulunmaktadır.

Kurumsal İletişim; İletişim, toplum içerisinde gerçekleştirilen tutum, duygu, düşünce ve davranışların bütünü olarak tanımlanabilir. Bilgi üretme, bu bilgiyi aktarma ve anlamlandırma sürecidir. Kurum ve motivasyon açısından bakıldığında yönetimin iş görenlerle iletişimi önem kazanmaktadır. Yönetim iş görenlerine saygı duymadıkça iletişim hırçın olmakta ve bu kurumun tamamını etkilemektedir.

2.3. Motivasyon

Güdülenme süreci istemekle başlar. Hedeflerine ulaşan başarılı insanlar, çoğu kez amaçlarını belirleyerek motive olurlar. Birey başarılı olmak istiyorsa, nereye varmak istediğini ve bu yolda sahip olduğu yetkinlikleri bilmelidir. Motivasyonun amacı da eyleme geçmektir.

Güdü bir takım ihtiyaçların karşılanması için bireyleri davranış ve eyleme iten neden olarak tanımladığı halde motivasyon bu eylemin kendisini yaratmaktadır. Kısaca motivasyon, güdülerin etkisiyle eyleme geçme, gerçekleşme süreci iken bu sürecin oluşmasında dört önemli aşamadan söz edilebilir (Taşdemir, 2013, s. 7).

İhtiyaç: Bireyden bireye önem dereceleri farklılık göstermekle birlikte, her bireyinsürekli olarak tatmin etmeye çalıştığı çeşitli istek, ihtiyaç ve beklentileri vardır.

Uyarılma: Bireyde bu ihtiyaçlar ortaya çıktığında birey motive olur ve motivasyonsüreci başlar.

Davranış: Düşünce ve duygular harekete geçer. Uyarılan birey bir davranıştabulunur. Davranışta bulunmanın amacı doyum sağlamaktır.

Doyum: Bu durum, ihtiyacı karşılayacak bir amaç ya da istek yönünde olur. İhtiyaçlar karşılandığında doyum ulaşılmakla motivasyon süreci tamamlanır ve gereksinimleri karşılanan birey mutluluğa kavuşur.

Motivasyon çift yönlü bir süreçtir. Motivasyon süreci ile örgütsel başarı doğrudan ilintilidir. Örgütlerin amaçları fark etmeksizin ortak özelliği, insanlardan oluşmasıdır. Ortakamaçlar doğrultusunda çalışan bireylerin beklentileri, tutkuları ve ihtiyaçları işverenlerce tahlil edilmeli ve nihayetinde doyuma ulaştırılması gerekmektedir. İşgörenlerin motive olacağı mevcut ortamı sağlamak yöneticinin görevidir. Yönetici de bu çalışma ortamından etkileneceği için bu süreç çift taraflı işlemektedir.

2.3.1. Motivasyonun Sınıflandırılması

Davranışları amaçlara doğru yönlendiren bir içsel durum olarak da tanımlanan güdü kavramı, birincil güdüler, ikincil güdüler ve genel güdüler olmak üzere üç sınıfa ayırmaktadır. Birincil (fizyolojik) güdüler; Fizyolojik temelli olan güdüler, her bireyde görülmektedir. Öğrenilmemiş güdüler ise bireylerde farklılık gösterebilir. Birincil güdüler olarak sınıflandırılan fizyolojik temelli güdüler, çoğu zaman bireyin kontrolü dışında gerçekleşir. Ancak çevresel etkenler de bu güdülerini tetikleyebilir. Bu güdüler; acımak, susamak gibi tamamen fizyolojik ihtiyaçlardır. Bazı dışsal güdüleyiciler, fizyolojik bir ihtiyaçla ilgili güdüsel bir davranışı başlatabilir. Bu güdüler esas itibarıyla öğrenme yoluyla kazanılmamış, biyolojik temelli ve öncelik sırası olan güdüler olup yeme, içme, üreme, uyuma vb. ihtiyaçlar bunlara örnek olarak verilmektedir (Fred, 1992, s. 147).

İkincil (sosyolojik) güdüler; toplumsal bir ortamda gerçekleşen, bireyi sosyal olarak harekete geçiren ve sonradan kazanılmış olan sosyolojik güdüler iki şekilde incelenebilir; bağlanma güdüsü ve başarı güdüsü. Bireyler kendilerinde eksikliğini hissettikleri her şeyi gidermek ister. Sosyal ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen bu dürtüler, bireye kendini ispatlama, sosyal statü, yücelme duygusu gibi ihtiyaçlar doğurur. Bunların yanı sıra bağlanma güdüsü olarak bakıldığında, her bireyin aidiyetlik ve bağlanma ihtiyacı vardır. Diğer insanlarla bir arada bulunmak, kendini bir ortama ait hissetme hem bir doyum kaynağı hem de bir ihtiyaçtır.

Sosyal bir varlık olan insan, çevresindekilerle ilişki kurma isteğinde olabileceği gibi, kontrol altında tutma gereksinimi de duyabilir. Bazı bireylerde bu gereksinim, kadercilik olarak ya da bekleyip görme olarak kendini gösterebilir. Sonradan edinilen sosyolojik güdülerin şekillenmesinde, ödüller önemli bir yer teşkil eder. Yapılan işin kendisi ve içeriği ödül niteliğinde ise bu bireye zevk ve tatmin sağlıyorsa bu tarz ödüller içsel kaynaklıdır. Öte yandan başka bir davranışın gerçekleşmesi için dışarıdan bir vaat sunuluyorsa bu, dışsal kaynaklı ödüldür.

Genel (psikolojik) güdüler; bu kategoride yer alan merak, yetkinlik ve çevreye duyulan uğraşma güdüsü içgüdüsel reaksiyonlardır. İçgüdüsel davranışlar, diğer sınıflandırmalara göre daha karmaşıktır. İçgüdülerin herhangi bir deneysel kanıtlanmış dayanağı yoktur. Freud'a göre insan davranışlarının temel iki dayanağı ölüm ve yaşam içgüdüdür. Bu içgüdüsel davranışlar her canlının gen şemalarına işlenmiş olup, kuşaktan kuşağa aynı canlı türlerinde görülmektedir. Bu güdüler insan davranışlarında önem taşımaktadır. Çünkü birincil ve ikincil güdü kapsamında olmayıp da bu kategoride yer alan pek çok güdü bulunmaktadır. Bu gruptaki güdüler, öğrenme yoluyla kazanılmamış ve biyolojik temeli olmayan gü-

düler olup buna örnek olara, merak, sevgi ve hareket etme verilmektedir (Fred, 1992, s. 148).

2.3.2. Motivasyonun Önemi

Günümüzde motivasyon, yalnızca işletme ve örgütlerin değil insan davranışlarına merakı olan herkesin başvurduğu bir konudur. İstek ve ihtiyaçlarını tek başına karşılamakta yetersiz kalan insanlar bir araya gelerek örgüt kurmaya yönelmişlerdir. İnsanlar toplu olarak yaşamaya başladıkları zamanlardan bu yana, daha verimli gruplar oluşturmak amacıyla çeşitli yönetim kuramları ortaya atmışlardır. Çağımızda yaşanan küresel rekabet ve dünyada meydana gelen değişimler insanları ve insan ilişkilerini yönetmeyi zorunlu hale getirmiştir. Motivasyon, insan ilişkilerine yön veren en önemli olgulardan birisi olmakla bütün işletmelerin, kurum ve kuruluşların çalışanlarını kurumsal amacı gerçekleştirme noktasına yöneltmede ciddi bir rol oynamaktadır. Bir işin mahiyeti ne olursa olsun kurumlar için asıl olan söz konusu işin yapılmasıdır. Herhangi bir işin yapılabilmesi insanın istekli olmasını, işi benimsemesini, yeterli çaba göstermesini gerektirir ki bu isteği sağlayan faktör ise bireyin motivasyon düzeyidir”(Fındıkcı, 2000, s. 373).

Çağın gerekliliklerini yerine getirmek ve başarılı olmak isteyen her örgüt, örgütün en temelunsuru olan insana, dolayısıyla insanların ihtiyaç ve isteklerine önem vermelidir. Yaşanan her değişim ve gelişimin esas sebebi insandır. Aynı amaç çatısı altında birleşmiş insanları doğru şekilde kanalize etmenin yolu ise motivasyondur. İyi motive edilmiş bireyler, arzu edilen sonuçlara ulaşma yolunda önemli bir rol oynar. Bir örgütün başarısı işgörenlerin örgütsel amaç doğrultusunda çalışmasına ve yöneticilerin motivasyon noktasında ne denli bilgili ve yetenekli olduğuna bağlıdır. Hiç şüphesiz, motive olmuş bir personelin performansına yoğunlaşması istek ve ihtiyaçları göz ardı edilmiş personelin verimliliği bir olmayacaktır. Motivasyon insan ilişkilerinde ele alınması gereken en önemli olgudur. İşgörenlerin, işlerine olan tutumları, örgütsel davranış bağlamında motivasyonu değerli kılmıştır. Yönetici Açısından Motivasyonun Önemi; Psiko-sosyal bir varlık olan insan, çeşitli ihtiyaçlara sahiptir. Bu ihtiyaçların bir kısmı fizyolojik kökenli olduğu gibi, bir kısmı da soyut ama oldukça önemli ihtiyaçlardır. Bireylerin arzu ve ihtiyaçlarını belirleyen güdüler öznelidir. Ancak sosyal çevrenin etkisiyle zaman içerisinde şekil değiştirebilir. Fizyolojik olarak ihtiyaçları giderilen bireylerin, sosyal çevre şartlarıyla çelişmeyen diğer arzularının da giderilmesi gerekmektedir. Yönetim evrensel bir kavramdır ve insanın toplumsal yaşama ihtiyacının sonucu olarak diğer kişilerle ilişkilerini ve onların çeşitli etmenler karşısındaki davranışlarını incelemektedir (Güney, 2001, s. 45). Yönetim, bünyesinde yöneticileri ve insan kaynaklarını bulunduran, örgütün amaç ve istekleri

doğrultusunda gösterilen faaliyetlerin bütünüdür. Yönetimin uğraş alanı insandır. Geniş anlamda bakıldığında bir koordinasyon işlemidir ve insanları yönetme sanatıdır. Yönetici ise bu sanatı icra eden kişidir. Yöneticileri yönetme yetkisiyle donatıldıkları birim ya da örgütler karşısında birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumlulukları hisseden sorumluluk sahibi yöneticiler örgütün amacına ulaştırılması için işgörenlerini motive etmektedirler. Örgütün üst düzey performans sergileyerek amacına ulaşması, çalışan motivasyonunun yanı sıra, yöneticilerce toplumun güncel ekonomik, politik, teknolojik ve etik dinamiklerini de göz önünde tutulmasını gerektirmektedir. Yönetici vasfına sahip bireylerin çift yönlü amaçları vardır. Öncelikli amaçları bağlı oldukları örgütün menfaatleri adına faaliyet göstermektir. Bir diğer amaçları ise örgüt içerisindeki işgörenleri analiz etmektir. İyi bir yönetici, işgörenlerin şikayetlerini ve taleplerini göz önünde bulundururken diğer yandan motivasyon noktalarını da tahlil edebilmelidir. Günümüzde çoğu yönetici çalışanları en çok motive eden unsurun parasal kaynaklı olduğunu savunmaktadır. Başka bir ifadeyle parasal ödüller, ücret zammı işgörenlerin en önemli motivasyon kaynağı mıdır? Yapılan çalışmalar bunun aksini gösterir niteliktedir. Çalışanları en az parasal kaynaklı ödüller kadar motive eden pek çok unsur vardır (Hanks, 1999, s. 114); ücret, iş güvenliği, terfi, çalışma koşulları, işi ilgi çekici bulma, anlayışlı bir disiplin, çalışanlara vefa, takdir görme, şahsi sorunlarına yardımcı olma, kararlara dahil edilme durumu vb. gibi.

Çalışanlar Açısından Motivasyonun Önemi; kurumlarda ve örgütlerde insan gücünün verimliliğini etkileyen ve işin başarısını belirleyen iki temel unsur; yetenek ve motivasyondur. Bir örgütün başarılı olması çalışanın memnuniyetinden geçmektedir. Dolayısıyla çalışanların sosyal, ekonomik ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılamayan örgütlerin başarılı olması beklenemez. Motivasyon, işgörenin performansını belirleyen unsurlardan biridir. Motivasyon düzeyi düşükse, iyi eğitim almış, işi için gerekli beceri ve kaynaklara sahip işgörenden bile yeterli verim almak mümkün değildir. Motivasyon direkt olarak çalışanın verimliliği ve performansı ile ilgilidir. Yöneticiler veya yapılan iş çalışanları motive etmiyorsa, çalışanların işlerini gereken şekilde yapmadığı gibi olumsuz etkiler görülmesi muhtemeldir. Bunların yanı sıra işe gelmeme, işten kaytarma, işe geç gelme gibi olumsuz durumlar ortaya çıkabilir. Yüksek motivasyona sahip çalışanların, işlerini yaparlarken en iyi yolu bulma ve yüksek kaliteli ürün ve hizmetler üretme çabası içerisinde girdikleri bilinmektedir. Yüksek motivasyon sayesinde özgüvenleri pekişen çalışanların iş ortamında yardımlaşma duyguları gelişmekte ve sonuçta olumlu bir çalışma atmosferi oluşmaktadır.

Çalışanları motive eden genel geçer faktörler yöneticiler tarafından giderilmesiyle birlikte, çalışanların bireysel motivasyon unsurlarının da

belirlenmesi gerekmektedir. Çalışanların motivasyon faktörleri kullanılırken bireysel farklılıklar göz önünde tutulmalıdır. Böylelikle çalışanların motive olması dolayısıyla verimliliğinin artması sağlanacaktır.

Örgütler Açısından Motivasyonun Önemi; örgüt; belirli amaçlar çerçevesinde şekillenen insanları yönetim işleviyle koordine eden, çalışanlar arasındaki hiyerarşik düzeni, iş bölümünü, iletişim ilişkilerini düzenleyen çok yönlü bir organizasyondur. Bir örgüt açısından motivasyonun, hem örgütün hem de çalışanların ihtiyaçlarını tatmin edecek bir iş ortamı yaratarak, kişinin harekete geçmesi için isteklendirilmesi süreci olarak tanımlanması mümkündür (Önen ve Kanayran, 2015, s.55). Örgütlerde motivasyon uygulamalarının temel amacı, çalışanların amaçlarıyla örgüt amaçlarının uyumlaştırarak çalışanların örgüt amaçları doğrultusunda iş görmeleriyle hem kendileri hem de örgüt için yararlı olmalarını sağlamaktır. Bu nedenle örgütlerde motivasyonu özendirici çeşitli faktörler kullanılmakla birlikte her örgütte, her zaman tüm çalışanlar üzerinde aynı olumlu etkiyi gösteren bir motivasyon faktörü bulunmamaktadır. Nitekim bir çalışan için özendirici mahiyette olan bir araç, diğer bir çalışan tarafından aynı kapsam ve etkide değerlendirilmeyebilir. Bu özendirici faktörlerin etkisi bireyin ihtiyaçlarının yanı sıra toplumsal algı düzeyi, eğitim düzeyi, değer yargıları ve çevresel öğelerle doğrudan ilişkilidir. Motivasyon uygulamalarında kabul edilen genel yaklaşıma göre; ekonomik, psiko-sosyal ve örgütsel-yönetimsel faktörler motivasyon özendiricilerini meydana getirmektedir.

2.3.2. Motivasyonun Amaçları

Etkinlik; örgüt içerisindeki verimliliğin sağlanması, büyüme ve gelişme, çevreye uyum, rekabet edebilme durumu, işgörenlerin motivasyonel tatmini gibi durumlar etkinliğin sağlandığının göstergeleridir. Bir örgütün belirlenen etkinlik düzeyine ulaşması için, hedeflenen biçimde faaliyette bulunması gerekmektedir. Diğer bir deyişle etkinlik, faaliyet ve gayretlerin amaca ulaşması yolundaki ölçüttür. Örgüt, daha evvelden belirlenmiş gayelerine ulaşabilmiş ise etkin demektir. Örgüt etkin çalışabilmek adına elindeki tüm kaynaklardan yararlanır. Başta insan gücü olmak üzere, teknoloji ve yönetim gibi kaynaklardan yarar sağlar. İşgücü ve verimin etkinliğini artırmanın yolu motive edici araçların kullanılmasıdır.

Verimlilik; Bir işi yapmaya zorlanabilecek birey, o işi isteyerek yapmaya zorlanamaz. Bir işi severek yapmak içten gelen bir arzudur. İşgörende bu arzuyu uyandırmak için onu doğru araçlarla motive etmek gerekmektedir. Verimlilik birey bazında iki şekilde incelenebilir. Bunlardan ilki, örgütteki verimliliğin artması sonucu işgörenlerin elde edeceği ekstra ücret. İkincisi ise, verimlilikteki artıştan dolayı işgörenlerde meydana gelen haz duygusu ve motivasyonlarını artırması. Motivasyonu eksik olan

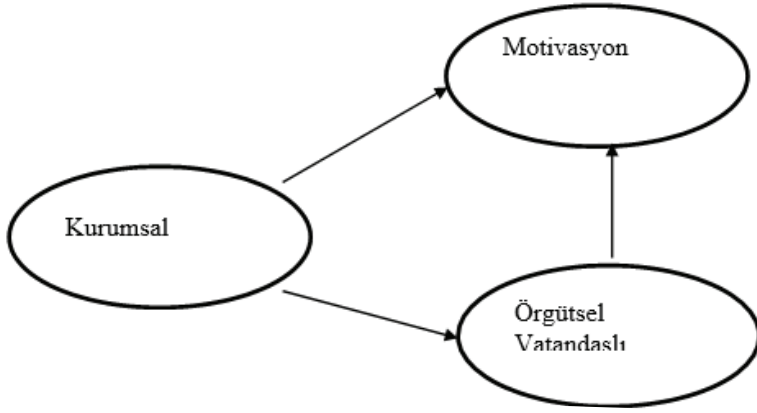
işgörenler, etkili performans göstermesi ve verimli çalışması mümkün değildir. Her çalışanın sahip olduğu birtakım yetenekler mevcuttur. Yöneticilerin işgörenlerindeki bu potansiyeli görüp doğru bir iş bölümü yapması gerekmektedir. İşgörenler yaptıkları iş hakkında bilgi sahibi olmaları örgüt içerisindeki kalite ve verimliliğin artmasına olanak sağlamaktadır. Örgütteki verimlilik artışı, işgörenlerin büyük ölçüde motive olduklarını göstermektedir.

Kârlılık; İşletmelerin temel ekonomik amaçlarından birincisi kârdır. Kâr, işletme sahiplerinin işletmeden daha fazla çıkar bekleyen yöneticilerin ve işgörenlerin temel motivasyon aracını oluşturmaktadır (Oluç, 1959, s. 74). Örgüt çalışanları(işgörenleri) ve yöneticilerin temel motivasyon aracı para kazanmaktır. İşletmenin kâra geçmesi çalışanların üstünde olumlu bir etki uyandıracak ve onları motive edecektir. Örgütte amaçlanan kâra ulaşamamış ise bir sebep olarak çalışanların motivasyon eksikliği de gösterilebilir. Zira motivasyonun verimliliğin üzerinde yadsınamaz bir etkisi vardır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın bu bölümünde uygulaması yapılan çalışmayla ilgili amaç, önem, evren ve örneklem, araştırmanın varsayımları ve hipotezleri, sınırlılıkları ve araştırma soruları açıklanmış daha sonra veri toplama tekniğinden bahsedilerek verilerin analizinde kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Araştırmanın sonucunda elde edilen bulguların analiz edilmesiyle elde edilen sonuçlara yer verilmiş ve konuyla ilgili öneriler geliştirilmiştir. Araştırma nicel bir araştırmadır. Araştırma tasarımı olarak hem betimsel hem de nedensel tasarım tercih edilmiştir. Betimsel araştırmalar, öz aktarım ve gözlem olmak üzere iki farklı şekilde yapılabilir (Zikmund, 2003). Öz aktarım çalışmaları bir alan araştırması olup, araştırmaya konu olan kişiler üzerinde anket toplanarak gerçekleştirilmektedir. Gözlem araştırmaları ise, genel olarak araştırma problemine bağlı olarak ilgili konunun periyodik olarak gözlenmesi sonucu tamamlanmaktadır (Karasar, 1998). Nedensellik araştırmalar, araştırma problemine yönelik söz konusu iki konu hakkında neden sonuç ilişkisi arayan çalışmalardır. Bu araştırma bir alan araştırması şeklinde, anket tekniği kullanılarak ve aynı zamanda iki konu arasında neden sonuç ilişkisi arayan nedensel bir çalışmadır.

Araştırma amacına yönelik geliştirilen araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Araştırma modeli kapsamında araştırma amacına bağlı olarak geliştirilen araştırmahipotezleri ise aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: Çalışanların örgütsel vatandaşlık algıları demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H2: Çalışanların motivasyon algıları demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H3: Çalışanların kurumsal itibar algıları demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H4: Kurumsal itibar algısı ile motivasyon algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Kurumsal itibar algısı ile örgütsel vatandaşlık algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Örgütsel vatandaşlık algısı ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bir araştırma için evren, araştırma kapsamında konuyu oluşturan unsurların tümünü kapsamaktadır (Arık, 1992). Bir diğer ifade ile araştırma sonuçlarının genellemesinin istendiği elemanlar bütünüdür. Karasar (1998)'a göre iki farklı tür evren bulunmaktadır. Araştırma evreni olarak da adlandırılan genel evren, tanımlanması kolay ama ulaşılmasının güç hatta imkansız olan evrendir. Örneğin, insanların tüketim davranışlarını incelemek isteyen bir araştırmacı için genel evren tüm insanlardır. Bu nedenle kavramların doğru tanımlamalarının yapılabilmesi için çalışma evreninden söz edilmektedir (Özen ve Gül, 2007, s. 395). Çalışma evreni, araş-

tırma evreninin bütün niteliklerini temsil eden ve ulaşılabilirliği mümkün olan, genel evrenin küçük bir modelidir (Miles ve Huberman, 1994).

Araştırmanın evrenini Van'da ikamet eden ve Sosyal Güvenlik Kurumuna kayıtlı olan 161.287 birey oluşturmaktadır (<http://www.sgk.gov.tr>). Fakat, araştırmanın bu kadar geniş bir alanı kapsaması söz konusu çalışanların tamamına ulaşmada bir takım güçlükleri beraberinde getirmektedir. Bu sebeple çalışmada belirlenen evren üzerinden örneklem alma yoluna gidilmiştir. Örneklemen tespit edilmesinde kullanılan işlem aşağıda gösterilmiştir (Yamane, 2001, s.116):

N: yığındaki birey sayısı

n: örneklemdeki birey sayısı

z: istenilen güvenilirlik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı ($p+q=1$)

$$\frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{n}$$

$$N \cdot d^2 \square z^2 \cdot p \cdot q$$

Örneklem 0.05 hata payı ile $n>383$ olarak hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında 527 örgütçalışanına ulaşılmıştır. Ancak bazı anketlerin eksik doldurulması nedeniyle analiz dışında bırakılmış ve toplamda 501 kişiye ulaşılmıştır. Böylece araştırmanın örneklemine oluşturan 501 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma, Van ili, Tuşba ve İpekyolu ilçesi içerisinde bulunan kamu, özel sektör, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarındaki çalışanlar üzerinde uygulanmıştır. Araştırma, 2019 yılının Nisan-Mayıs ayları arasında örgütlerde çalışan bireylerle sınırlı kalmıştır. Bu çalışmada ölçme aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu dört bölümden oluşacak şekilde düzenlenmiştir. Anketin birinci bölümünde Van'da bulunan örgüt çalışanlarının demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı, hane halkı geliri vs.) belirlemeye yönelik sorular hazırlanmıştır. Anketin ikinci bölümünde ise 23 ifadeden oluşan örgütsel vatandaşlığa yönelik çalışanların tutumları, üçüncü bölümde ise 29 ifadeden oluşan işgören motivasyonuna yönelik çalışanların tutumları, dördüncü bölümde ise 36 ifadeden oluşan kurumsal itibara yönelik çalışanların tutumları sınanmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin tutumu ölçmek amacıyla kullanılan beşli likert tipi ölçeğin Cronbach's Alpha değerinin 0,909 olduğu tespit edilmiş ve ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. İşgören motivasyonunu ölçmek amacıyla kullanılan beşli likert tipi ölçeğin Cronbach Alpha değerinin 0,830 ol-

duğu tespit edilmiştir. Değerin 0,80'ten büyük olması nedeniyle ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Hair, vd., 2011). Kurumsal itibarı ölçmek amacıyla kullanılan beşli likert tipi ölçeğin Cronbach Alpha değerinin 0,958 olduğu tespit edilmiştir. Değerin 0,80'ten büyük olması nedeniyle ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Araştırma amacına bağlı olarak kullanılan ölçek Van'daki kamu, özel sektör çalışanları ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşunda çalışan işgörenlere ve yöneticilere uygulanmıştır. Verilerin toplanması, mesai saatleri, tatiller, otel doluluk oranları vb., sebepler de göz önünde bulundurularak, 2019 Nisan – Mayıs dönemleri arasında toplam 1 ayda gerçekleştirilmiştir. Araştırmada toplamda 527 anket formu toplanmış, toplanan anketlerden hatalı ve eksik bilgi içeren anketler çıkartılarak 501 anket formu elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 20TR paket programına aktarımı gerçekleştirilerek analiz edilmiştir. Analize tabi tutulan veriler bulgular bölümünde incelenmiş ve yorumlanmıştır.

4. Bulgular

Ankete katılan çalışanların cinsiyet dağılımları incelendiğinde 207'si kadın, 294'ü de erkekler oluşturmaktadır. Yüzdelik kısımda ise %41,3'lük kısmı kadınlardan, %58,7'i ise erkeklerden oluşmaktadır. yaşaralığındaki dağılım incelendiğinde, 18-24 yaş aralığında 91 kişi, 25-31 yaş aralığında 125 kişi, 32-38 yaş aralığında 179 kişi, 39-45 yaş aralığında 77 kişi, 46 ve üzeri yaş aralığında 29 kişi olduğu görülmektedir. Yüzdelik oranda ise, 18,2'lik kısmı 18-24 yaş aralığında, %25'lik kısmı 25-31 yaş aralığı, %35,7'lik kısmı 32-38 yaş aralığı, %15,1'lük kısmı 39-45 yaş aralığı, %5,8'lik kısmı 46 ve üzeri yaş aralığı dağılımı olmuştur. Bu sonuca göre araştırmaya katılan çalışanların büyük çoğunluğunun genç ve dinamik nüfustan oluştuğu söylenebilir. çalışanların eğitim düzeyi dağılımı göre ortaöğretim düzeyinde eğitilmiş 217 çalışan, ön lisans düzeyinde eğitilmiş 77 çalışan, lisans düzeyinde eğitilmiş 145 çalışan, lisansüstü düzeyinde eğitilmiş 62 çalışan olduğu sonucuna varılmıştır. Yüzdelik dağılım ise; ortaöğretim %43,3, ön lisans %15,4, lisans %28,9, lisansüstü %12,4'lük kısımdan oluşmuştur. Çalışanların büyük çoğunluğunu ortaöğretim seviyesinde olduğu görülmektedir. ankete katılan çalışanların çalıştığı kuruma ilişki dağılımı göre çalışanların 103'ü kamu, 327'si özel, 39'u yerel yönetimlerde, 32'i ise sivil toplum kuruluşlarında çalışmaktadır. Yüzdelik dağılıma bakıldığında %20,6'sı kamu, %65,3'ü özel sektörde, %7,8'i yerel yönetimlerde, %6,4'ü sivil toplum kuruluşlarında çalışmaktadır. çalışanların çalışmakta olduğu kurumdaki çalışma süresine göre, 0-5 yıl arası 117 çalışan, 4-6 yıl arası 173 çalışan, 7-10 yıl arası 104 çalışan, 11-15 yıl arası 56 çalışan ve 16 yıl ve üzeri 51 çalışandır.

4.1. Korelasyon Analizi Sonuçları

Kurumsal itibar algısı ile işgören motivasyon ilişkisinin tespit edilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1. Kurumsal İtibar Algısı ile İşgören Motivasyon İlişkisi

Korelasyon Matrisi		Kurumsal İtibar Algısı	İşgören Motivasyon Algısı
Kurumsal İtibar Algısı	R	1	0,139
	P		,027
	N	501	501
İşgören Motivasyon Algısı	R	0,139	1
	P	,027**	.
	N	501	501

Korelasyon katsayısı r değerinin 0,139 çıktığı görülmektedir. Bu değer 0,00 ($p < 0,050$) anlamlılık düzeyinde kurumsal itibar algısı ile işgören motivasyonu arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Kurumsal itibar algısı arttıkça işgören motivasyon algısı da artmaktadır.

Tablo 4.2. Kurumsal İtibar Algısı ile Örgütsel Vatandaşlık Arasındaki İlişki

Korelasyon Matrisi		Kurumsal İtibar Algısı	İşgören Motivasyon Algısı
Kurumsal İtibar Algısı	R	1	0,145
	P		,001
	N	501	501
Örgütsel Vatandaşlık Algısı	R	0,145	1
	P		,001
	N	501	501

Tablo 4.2.’ye göre Korelasyon katsayısı r değerinin 0,145 çıktığı görülmektedir. Bu değer 0,00 ($p < 0,050$) anlamlılık düzeyinde kurumsal itibar algısı ile örgütsel vatandaşlık arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

ğına işaret etmektedir. Kurumsal itibar algısı arttıkça örgütsel vatandaşlık algısı da artmaktadır.

5. Sonuçlar

Bu çalışmada kurumsal itibar ile örgütsel vatandaşlık ve motivasyon arasındaki ilişkinin örgüt çalışanları ve yöneticileri açısından belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda mevcut çalışmada, Van'daki kamu ve özel sektör ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarında çalışanların ve yöneticilerin kurumsal itibar ile örgütsel vatandaşlık ve motivasyon arasındaki etkileşimin ortaya konulmasına yönelik analizler yapılmıştır. Ayrıca yapılan bu analizlerde söz konusu kurumsal itibar, örgütsel vatandaşlık ve motivasyon değişkenlerinin çeşitli demografik faktörler açısından farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmasının yanı sıra kurumsal itibar algısı ile örgütsel vatandaşlık ve motivasyon arasında bir ilişkinin olup olmadığına da bakılmıştır.

Bu doğrultuda, söz konusu sektörde çalışan toplam 501 kişi üzerinde anket yöntemine başvurulmuştur. Çalışma sonucunda yapılan testler ve testlerin analizi sonrası aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Araştırmaya katılanların % 41,3'ü kadın, % 58,7'si erkek olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların % 18,2'si 18-24 yaş arasındayken, % 12,5'i 25-31, %35,7'si 32-38, % 15,4'ü 39-45, % 5,8'i ise 46 yaş ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların genel olarak ortaöğretim (%43,3) ve lisans (%28,9) mezunu oldukları görülmektedir. Bunun yanında % 15,4'ünün ön lisans, % 12,4'ünün ise lisansüstü eğitime sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- Araştırma anketini cevaplayan çalışanların % 56,9'u evli % 43,'i ise bekar çalışanlardan oluşmaktadır.
- Aylık gelirleri açısından değerlendirildiğinde %44,1'inin 2020-3000 TL, % 20,2'sinin 3050-4000 TL, %14,6'sının 4050-4950 TL, %21,2'sinin 5000 TL ve üzeri bir gelire sahip olduğu görülmektedir.
- Çalışanların büyük bir kısmının çocuğu yokken (% 44,9), % 18,8'i bir, % 20,2'si iki, % 16,2'si üç ve üzeri çocuğa sahiptir. Çalışanların toplam sektör deneyimleri değerlendirildiğinde genel olarak 0-5 yıl(% 37,9) ve 6-10 yıl (% 25,3) arasında değiştiği görülmektedir. Öte yandan çalışanların %20,4'ü 11-15 yıl deneyime sahipken, % 8,8', 16-20 yıl ve % 7,6'sı 21 yıl ve üzeri deneyime sahiptir.

- Katılımcıların % 23,4'ünün 0-3 yıl, % 34,5'inin 4-6 yıl, % 20,8'inin 7-10 yıl, % 11,2'sinin 11-15 yıl ve % 20,2'sinin 16 yıldan fazla süredir kurumda çalıştıkları görülmüştür.

- Çalıştıkları çalıştığı kurum incelendiğinde ise çalışanların % 20,6'sı kamu da, %65,3'ü özelde, %7,8 yerel yönetimlerde, %6,4'ü sivil toplum kuruluşlarında çalışmakta olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışanların % 63,1'i işgören, % 11,4'ü alt kademe yöneticisi, % 12,6'sı orta kademe yöneticisi ve % 13'ü üst kademe yöneticisi olarak görev yapmaktadır.

Kurumsal itibar algısının alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık ve motivasyon arasında olumlu yönde bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir deyişle kurumsal itibar algısı arttıkça örgütsel vatandaşlık algısı ve motivasyon algısı artar. Kurumsal itibar algısı yüksek olan çalışanlarda örgüte bağlılık, motivasyon, örgüt ve örgüt çalışanlarına güven, iş memnuniyeti artmaktadır. Bu çalışmada ise çalışanların kurumsal itibar algılarının olumlu olarak değişmesi örgütsel vatandaşlık ve motivasyon algılarının artmasına, öte yandan; kurumsal itibar algılarının olumsuz olarak değişmesi ise örgütsel vatandaşlık ve motivasyon algılarının azalmasına neden olmaktadır. Algılanan kurumsal itibar, çalışanların örgüte yönelik olumlu tutumlar sergilemesine yardımcı olabilir. Bu tutumlar örgütte çalışan bireylerin örgüt içerisinde kendilerini iyi hissetmelerine, örgüt kültürünü benimsemelerine, diğer çalışanlar ile işbirliği kurmalarına, takım ruhunun gelişmesine ve örgütsel verimliliğin ve işgören motivasyonunun artmasını sağlayabilir. Bu sayede örgütsel amaçlara daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilir. Belirtilen bu nedenlerle çalışanların kurumsal itibar algısının örgütsel vatandaşlık davranışı ve motivasyon üzerindeki etkisi hem çalışanın kendisine hem de örgütte olumlu katkılar sağlayabilir.

Kurumsal itibar birkaç farklı boyuttan meydana gelmektedir. Stratejik bir varlık olarak kurumsal itibara örgütlerden tarafından gerekli önem ve yatırım yapılırsa örgüt içerisinde bulunan çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı ve motivasyonu artabilir. Bu örgüt yararına olan bir durumdur. Gelecekteki araştırmacılar kötü kurumsal itibarın örgütsel vatandaşlık davranışını ve motivasyonu nasıl olumsuz etkilediğini de inceleyebilir. Bununla birlikte, "Eğer bir örgüt yönetimi alınacak tedbirleri arttırdığında algılanan kurumsal itibar algısı, örgütsel vatandaşlık davranışını ve işgören motivasyonunu nasıl etkileyebilir?" sorusunun cevabı da araştırılabilir.

Kaynakça

- Abratt, R., Mofokeng, T. N.(2001). Development and management of corporate image in South Africa. *European Journal of Marketing*, 35 (3/4), 368-386.
- Alınışık, E.(2011). *Kurumsal itibarın paydaş davranışları üzerindeki etkisi: ampirik bir araştırma*, Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli
- Alınışık, E., Alınışık, Ü., Genç, N. (2010). Kurumsal itibar bileşenlerinin algılanan önemi demografik özelliklerden etkilenmekte midir?,*Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,13 (23), 93-114.
- Altay, A. (2015) *Örgütsel vatandaşlık davranışı ile kişilik arasındaki ilişki üzerine bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altay, M. (2011) *Hastane çalışanlarının işyerindeki duyguları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: özel sağlık kurumlarına yönelik bir araştırma*,Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arsıntaş, C. C., Pekdemir, I. (2007). Dönüşümcü liderlik, örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel adalet arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik görüş bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*,1, 261-286.
- Avcı, A.(2015). Örgütsel vatandaşlık davranışları: kavramsal gelişimi ve eğitim örgütleri açısından etkileri. *Hasan Âli Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24,(12-2),11-26.
- Barnett, M.L., Jermier, J.M., Lafferty, B.A. (2006). Corporate reputation: the definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.
- Baş, G., Şentürk, C. (2011). İlköğretim okulu öğretmenlerinin örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel güven algıları. *Educational Administration: Theory and Practice*, 17(1), 29-62.
- Croft, S., Dalton, J. (2007). *Managing corporate reputation*. London:Infibeam-Thorogood.Çiftçioğlu, A. (2009). *Kurumsal İtibar Yönetimi*. Bursa : Dora
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*,34(4), 39-48.
- Connolly, C., M. Kelly(2011).Understanding accountability in social enterpriseorganizations: a framework. *Social Enterprise Journal*, 7 (3),224-237.
- Donaldson, T.,Preston, L.E.,(1995. The stakeholder theory of thecorporation: Concepts,evidence, andimplications. *The Academy of Management Review*,20 (1), 65-91.
- Dörtok, A. (2004). *Kurumsal itibarınızdan kaç sıfır atabilirsiniz?* İstanbul: Rota.
- Ercan, İ., Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi TıpFakültesi Dergisi*, 30 (3), 211-216.

- Erdem, F.S. (2008). *Organizasyonlarda lider-üye etkileşiminin güzel vatandaş davranış üzerindeki etkilerinde, izlenim yönetimi davranışının rolü: kayseri’de hizmetsektöründe bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Eren, E. (2011). *Yönetim ve organizasyon (Çağdaş ve küresel yaklaşımlar)*. İstanbul: Beta.
- Erok, M. (2018) *Örgütsel vatandaş davranışı ve örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin incelenmesi: Karaman ili örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Ersöz, H. Y. (2007). *Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek ve sivil toplum kuruluşları*. İstanbul:İstanbul Ticaret Odası.
- Fındıkçı, İ. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetim*. İstanbul: Alfa
- Fombrun, C. Van Riel, C.(1997). The reputational landscape. *Corporate Reputation Review*, 1 (1-2), 5-13.
- Gay, L. R. (1985). *Educational evaluation and measurement*(2nd Edition). London: ABell & Howell Company.
- Gemlik, N., Sıgır,Ü.(2007). Kurum imajı analizi ve bir belediye üzerindeki uygulamanın değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 267-282.
- Güler, N. (2013) *Üniversite çalışanlarında örgütsel vatandaşlık davranışı: gazi üniversitesinde bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gümüş, M., Öksüz, B. (2009). çalışanların kurumsal itibar sürecine katılımlarında içselileşimin rolü.*Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 4 (16), 2637-2660.
- Güney, S. (2001). *Yönetim ve organizasyon*. Ankara: Nobel.
- Hair, F. J.,Celsi, M. W., Money, A. H., Samouel, P., Page, M. J. (2011). *Essentials ofbusiness research methods*(2nd edition). USA: Routledge.
- Hanks, K. (1999). *İnsanları motive etme sanatı* (Çev.C. İkizler). İstanbul: Alfa.
- Hatch, M.J.,Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity andimage. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356-368.
- İpek, M. (2016) *Örgütsel vatandaşlık algısı: kamu ve vakıf üniversitelerinde bir uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kadıbeşegil, S. (2013). *İtibar yönetimi* (Yedinci Baskı). İstanbul: Mediacat.
- Kalkan, A. (2013) *Algılanan örgüt kültürünün örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi: kuramsal ve görgül bir araştırma*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karaman, A. ve Aylan, S. (2012). Örgütsel vatandaşlık davranışı. *Kahramanmaraş Sütçüİmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 35-48.

- Karaköse, T. (2007). *Kurumların DNA'sı itibar yönetimi*. Ankara:Nobel.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel araştırma yöntemi* (Sekizinci Basım). Ankara: Nobel. Karatepe, S. (2008). İtibar yönetimi: halkla ilişkilerde güven yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi İnönü Üniversitesi*, 7(23), 77-97.
- Kaya, Ş.D. (2013) Örgütsel Vatandaşlık Davranışı. *Türk İdari Dergisi*, 476, 265-275. Keleş, Y. Pelit E. (2009).Otel işletmesi iş görenlerin örgütsel vatandaşlık davranışları:
- İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*,(5-2), 24-45.
- Keser, A. (2006). *Çalışma yaşamında motivasyon*. Bursa:Alfa Aktüel.
- Koç, H., Topaloğlu, M. (2012). *İşletmeciler için yönetim bilimi*. Ankara: Seçkin. Koçel, T. (2011). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta.
- Kuyucu, B. A. (2003). *İtibar yönetimi*(Birinci Baskı). İstanbul: ARGE Danışmanlık.
- Maslow, A. H. (1943). Conflict, frustration, and the theory of threat. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38(1), 81-86.
- Miles, M.B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: a sourcebook for new methods*(2nd.edition). ThousandOaks, CA: Sage.
- Okay, A., Okay, A. (2001). *Halkla ilişkiler kavram, strateji ve uygulamalar*. İstanbul: Der.Oluç, M. (1959). *İşletme organizasyonu ve sevki idare*. İstanbul: Sermet.
- Ölçüm-Çetin. M. (2004). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışı*. Ankara: Nobel.
- Önen, S. M., Kanayran H. S. (2015). Liderlik ve motivasyon kuramsal bir değerlendirme.*Birey ve Toplum*, 5 (10), 55.
- Özcan, G.T. (2015). *Örgütsel bağlılığın örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özden, Ö. (2015). *Okul yöneticilerinin otantik liderlik özellikleri ile çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişki*, Yüksek Lisans Tezi, Zirve Üniversitesi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile üniversite öğrencilerinin bazı demografik özellikleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ne yönelik bir araştırma. *Erciyes Bir Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20-117-135.
- Özen,Y., Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394– 422.
- Özler E.D., Atalay, C.G.(2012). A research to determine the relationship between organizational cynicism and organizational citizenship behavior in he-

- alth sector.business and management review. *European Journal of Social Sciences* , 34(3), 416- 429.
- Polat, S., Ceep, C. (2008). Ortaöğretim öğretmenlerinin örgütsel adalet, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık davranışlarına ilişkin algıları. *Educational Administration: Theory and Practice*, 54,307-331.
- Sabuncuoğlu, Z. (2008). *İşletmelerde halkla ilişkiler* (Dokuzuncu Basım). Bursa:Alfa.
- Sabuncuoğlu, Z.,Tüz, M. (2001). *Örgütsel psikoloji*. Bursa: Ezgi.
- Sevinç, H. (2015). Kamu çalışanlarının motivasyonunda kullanılan araçlar. *Uluslar arasıSosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39), 948.
- Sezgin, F. (2005).Örgütsel vatandaşlık davranışları: kavramsal bir çözümleme ve okulaçısından bazı çıkarımlar. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 317-339.
- Şahin, A. (2004).Yönetim kuramları ve motivasyon ilişkisi. *Selçuk Üniversitesi SosyalBilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 523-547.
- Şimşek, M. (2003). *İşletme bilimlerine giriş*. Konya: Damla.
- Taşdemir, S. (2013). *Motivasyon kavramına genele bir bakış, motivasyon araçları ve bilgi teknolojileri ve iletişim kurumu ölçeğinde bir model önerisi*, Doktora Tezi, Bilgi Teknolojiler ve İletişim Kurumu, Ankara.
- Ulukoş, S. (2016). Motivasyon teorileri ve lider yöneticilik unsurlarının bireyle rin motivasyonuna etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (25), 247,262.
- Ural, E.G. (2002). Değer yaratan bir halkla ilişkiler çalışması olarak itibar yönetimi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 2, 83-93.
- Usta, M. (2006).*Örgüt kültüründe halkla ilişkiler ve itibar yönetimi ege akdeniz bölgelerindeki turizm işletmeleri örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DokuzEylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ülgen, H., Mirze, S. K. (2006). *İşletmelerde stratejik yönetim*(Üçüncü Baskı).İstanbul: Literatür.
- Van Riel, C. B. M. (1995). *Principles of corporate communication*.United States: Prentice Hall.
- Zikmund, W. G. (2003). *Business research methods* (8th edition.). Mason, OH: South Western.

“

Bölüm 8

TÜRK HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN YOLCU TAŞIMACILIĞINDA DİNAMİK FİYAT YÖNETİMİNİN YOLCU MEMNUNİYETİ VE SADAKATI İLE İLİŞKİSİ

Muhammed Talha Narcı¹

Fatih Karaman²

”

1 Muhammed Talha Narcı (Dr. Öğr. Üyesi) İstanbul Aydın Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Programı, İstanbul, Türkiye, e-mail: muhammedtalhanarci@aydin.edu.tr ORCID: 0000-0002-2103-4037

2 Dr. Fatih Karaman, e-mail: fatihkaraman1@gmail.com ORCID: 0000-0001-5915-8054

Giriş

Küreselleşme ve teknoloji alanındaki ilerlemeler, her alanda olduğu gibi havacılık sektöründe de rekabetin artmasına yol açmıştır. Pazar payı kapmadaki bu rekabet ortamı da tüketicilerin farklı taleplerinin karşılanmasını mecburi duruma getirmektedir. Tüm bu değişimler, yolculuk etme şekillerine de etki etmiş ve insanların önceki zamanlara kıyasla seyahat harcamalarını artırdıkları görülmeye başlanmıştır. İnsanların alışkanlıklarını değiştirmeleri, alınan hizmetin kalitesi ile fiyatını kıyaslayarak eleme yapmalarını yol açmıştır. Buna karşılık havayolu taşımacılığı üzerinde, süratli değişen, gelişme gösteren ve maliyetlerden çok etkilenen sektör olması sebebiyle yüksek baskı oluşmaktadır. Havayolu taşımacılığı süratli, emniyete önem verilen, esnek ve itimat duyulan bir ulaşım sektörü olmasının yanında diğer taşımacılık sektörlerine oranla sigorta prim ödemeleri bakımından daha düşük maliyetlerin olduğu bilinmektedir. Ayrıca yerleşim olarak dağınık, geniş bir coğrafyada bulunan ve doğal şartları müsait olmayan yerlerde havayolu taşımacılığı daha uygun mahiyettedir. Fakat Taşkın ve Durmaz (2012: 72) yakıt sarfiyatının, işletme masraflarının ve sabit yatırım maliyetlerinin yüksek olmasını, kapıdan kapıya teslimatın mümkün olmaması gibi olumsuz faktörlerin dezavantaj meydana getirdiğini belirtmektedirler. Bununla beraber havayolu taşımacılığındaki yakıt sarfiyatının önemini de Karaman (2020: 846), havayolu firmalarının en yüksek rakamlı ödemelerinden biri olarak belirtmektedir.

Piyasada meydana gelen gelişmeler sayesinde havacılık sektörü büyümeye başlamakta, müşterilerin düşünce ve istekleri değişerek hizmetlere ulaşma olasılıkları her geçen gün daha da çoğalmaktadır. Dolayısıyla bu kadar etken içinde müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine karşılık vererek elde tutmak gitgide daha da zorlaşmaktadır. Tüketicilerin kim olduklarının ve memnuniyetlerinin ne anlama geldiğinin bilinmesi, müşteri memnuniyetini ölçmek bakımından çok önemlidir. Kondo (2001: 871), kalite olgusuna karşı farklı olan çok müşterilerin olduğunu, hiçbir tüketicinin memnun olmamasının mutlaka her tüketicinin memnun olduğu anlamına geldiğini belirtmemiz gerektiğinden bahsetmektedir.

Günümüz taşımacılık sektörünün en önemli yollarından olan ve tüketiciler açısından ilk zamanlardan itibaren kalite ve ayrıcalık anlamına gelen havacılık sektörü, yaşanan bu kadar teknolojik, ekonomik ve ticari gelişmeler ışığında hatırı sayılır bir oranda ivme yakalamıştır. Yolculuklarında kalite, hız ve konforu daha fazla yaşamak isteyen tüketicilerin bu seyahat tarzını tercih etmeleri gözlemlenirken, bu sektörde verilen hizmet kısmında da yine aynı gelişmelerin devletlerin sosyo-ekonomik refah seviyelerinin göstergesi olduğu anlaşılır duruma gelmiştir. Bu konuda Yıldırım (2015: 343), artık yalnızca tüketiciye ilgi göstermenin, mal veya hizmet vermenin yeterli görünmediğinden, piyasadaki rakip şirketlerden

farklılaşmanın ve tüketiciye kıymet kazandırılmasının esas olduğunu belirtmektedir.

Havacılık sektöründe yaşanan rekabet ortamında farklılaşma ve müşteri tatminini sağlayabilen işletmelerin büyüdüğü görülmektedir. Burada havayolu şirketlerinin müşteri sadakati oluşturan pazarlama politikaları uygulamaları, tüketicilerinin her yerde aynı markayı tercih etmelerini sağlamaktadır. Aynı anlamda havayolu firmalarının müşteri portföylerinde sadakat duygusunu meydana getirmek amacıyla yaptıkları pazarlama stratejileri önem taşımaktadır. Zira sadık müşterilerin hizmet veren şirketlerin rekabet ortamında ayakta kalmalarına ne oranda fayda sağladıkları iyi bilinmektedir. Bu sebeple Türk havayolu şirketlerinin yolcu taşımacılığında dinamik fiyatlama, müşteri memnuniyeti ve sadakat ilişkisini inceleme amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Tüketicilerin beklentileri zamanında, emniyetli, rahat yolculuklarının kaliteli bir şekilde yaşanmasının yanında havayolu şirketlerinin de kendilerine değer eklemesi olmaktadır. Havayolu şirketlerinin güçlü kurumsal imajın sahibi olunması, sadık müşteriler meydana getirme amacıyla politikalar oluşturulması ve hizmet kalitelerinin müşteri merkezli şekilde oluşturmaları, küreselleşme ile birlikte ehemmiyetli bir hal almaya başlamıştır. Bu sebeple de tüketici memnuniyeti ve servis kalitesi, müşteri sadakati kazanmada önemli bir rol oynamaktadır (Emir ve diğ., 2010: 293).

Günümüzde en fazla global hale gelen sektörlerin başında olan havacılık sektörünün ekonomik, kültürel ve sosyal bakımdan birçok yararları bulunmaktadır. Küreselleşme, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte havacılığın da hem gelişmesine hem de yaygın bir hale gelmesine fayda sağlamıştır. Fakat belli dönemlerde havayolu taşımacılığı alanına koyulan yasal düzenlemeler sonucu sektörün ilerlemesinin yavaşladığı görülmektedir. Amerika’da iç hatların serbestleştirilmesi sonucu havayolu firmaları, filo şekilleri ile uçuş hatlarını çoğaltma ve bilet ücretlerini diledikleri gibi düzenleme imkânını 1978 yılında yaşamışlardır (Hooper, 1997: 197). Sonraki yıllarda da Avrupa önde olmak üzere birçok ülkelerde yapılan yasal düzenlemeler sonucu havayolu sektörü üst seviye rekabetin görüldüğü bir alan haline gelmiştir. Günümüzde yaşanan birçok global ekonomik krizler sebebiyle operasyonel ve finansal performans işletimi, havayolu şirketleri için kritik bir ehemmiyete sahip hale gelmiştir. Vasigh (2014: 95), bu anlatılanlarla beraber de rekabetin artması ve maliyetlerdeki –özellikle yakıt fiyatları- dalgalanmaların havayolu şirketlerinin ellerinde olan maliyetlerini düşürmelerinin yanında operasyonel güçlerini yükseltme amacıyla farklı politikalar oluşturmaya mecbur bıraktığından bahsetmektedir.

Türk Havayolu Şirketleri

Havacılık sektörü, hem yerel hem de uluslararası bütünleşme ve uyum sürecinde teknoloji alanındaki ilerlemelerin öncelikli olarak kullanılması ile en büyük rolü üstlenerek öncülük yapmaktadır. Bu alanda yapılan yatırımlar ile coğrafi sınırlar ortadan kaldırılarak kültürlerin iletişimi sağlanmaktadır. Hızlı bir ulaşım şekli olmasından dolayı sürelerin tasarrufundan kazanılan vakit, sosyal ve iş çevrelerine aktarılarak insanların yaşantılarına huzur ve mutluluk kazandırılmaktadır.

Global büyüme yaşanan havacılık sektörü, yapılan altyapı yatırımları ve kullanılan havacılık stratejileri ile beraber Türkiye’de de etkisini güçlü bir şekilde göstermiştir. Coğrafi konumu sebebiyle ülkemizdeki sivil havacılık sektöründe de geçiş yolu olarak dünyada yaşanan gelişmelere paralel bir ilerleme yaşanmaktadır. Ülkemiz havacılık sektöründe de Covid 19 salgını sebebiyle bir gerileme yaşanmıştır. Fakat Eurocontrol (2022) raporlarına göre Türkiye, 2019 yılına oranla 2021 yılında Avrupa ülkeleri içinde en düşük uçuş kaybı yaşayan devletler arasında 6. sırada bulunmaktadır.

Yine Eurocontrol raporlarına istinaden 2021 yılında toplam uçak trafiği istatistik bilgilerine göre Türkiye, Avrupa’da 5. Sırada bulunmaktadır. Bununla beraber milli havayolu şirketimiz Türk Hava Yolları da 2021 yılı itibariyle günlük en çok uçuş yapan havayolu şirketleri içinde Avrupa’da 2. Sırada yer almıştır. Ayrıca SHGM (2021: 27) 2021 yılı rakamlarına göre İstanbul Havalimanı, Avrupa havalimanlarına kıyasla iniş kalkış trafiği raporlarına göre yine 2. sırada bulunmaktadır. İlgili raporlara göre 2019 yılı itibariyle 52 milyon yolcu trafiği yaşanan bu havalimanında Covid 19 salgınına rağmen 37 milyon yolculuk bir trafik 2021 yılında yaşanarak Avrupa meydanları içinde 1. sıraya çıktığı belirtilmiştir.

Türkiye’de 2003 yılından beri yapılan yasal düzenlemeler sonucu havacılık sektörü, havayolu şirketlerinin sayılarının çoğalması, altyapı ve uçuş filosu yatırımları, ciro ve istihdam sayılarında da artış yaparak hızla büyümeye başlamıştır. Yaklaşık 65.000 çalışan istihdam edilen 2003 yılından bu güne bu rakam 245.875 olarak 2020 yılında istatistiklere yansımaktadır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü – SHGM (2021: 28) raporlarına göre ciro anlamında ise 2003 yılına istinaden 2020 yılı sektör cirosu Türk Lirası bazında 34 kat, kurdaki yükselişe rağmen dolar bazında ise 6 kat yükselme göstermiştir.

Sivil havacılık faaliyetleri, 2003 yılında ilk kez uygulanan Bölgesel Havacılık Politikası ile beraber özel sektöre de açılarak rekabet ortamının oluşması sağlanmış ve bu sayede büyük bir gelişme meydana getirilmiştir. “Her Türk vatandaşı hayatında en az bir kez uçağa binecektir” hedefi koyularak öncelikle yurtiçi daha sonra da “Dünya’da uçmadığımız yer

kalmayacak” hedefi ile tüm dünya çağında uçuş hatlarının büyütülmesi sağlanmıştır. Tüm bunların sonucu olarak da 2003 yılı itibariyle iç hatlarda uçak ile yolculuk yapanların sayısı 9,1 milyon rakamından 2019 yılı itibariyle 99,9 milyon yani yüzde 993’lük bir artışın sağlandığı istatistiklerde görülmektedir (Ulaşan ve Erişen Türkiye, 2020: 383).

Havacılık altyapısı ve bu alandaki teknolojik gelişmeler de sektördeki ilerlemeye paralel olarak yükseliş göstermiş, uçak bakım ve onarımı, yedek parça imalatı ve modifikasyonu gibi kısımlarda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bunun sonucu olarak da Türkiye’de hava aracı tasarımı ve imalatı yapabilecek seviyelere varılmıştır. Rekabetin her alanda artış göstermesi, örnek anlamında uygulamaların ve cesaret verici politikaların sonucunda 2020 Ağustos ayı itibariyle 4 havayolu şirketi ve tarifeli yolcu uçuşları ile toplamda 127 ülke ve 329 noktaya uçuşların yapıldığı bir seviyeye ulaşılmıştır. Yukarıda belirtilen hedefler doğrultusunda davranan havacılık sektörü ve havayolu şirketleri ile Türkiye, dünyada en fazla uçuş ağına sahip ülke olarak gösterilmektedir (Ulaşan ve Erişen Türkiye, 2020: 384).

Dinamik Fiyatlama

İşletmelerin mal veya hizmet ücretlerinin en üst seviye gelir getirecek şekilde belirlenmesi veya sayılarının en uygun biçimde hesaplanması için yeterli malumat ve donelere ihtiyacı bulunmaktadır. İşletmeler, pazardaki rekabet ortamıyla ilgili bilgiye gereksinim duyduğu oranda müşterilerin mali durumları ve davranışları ile ilgili de bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Göze alınan maliyetlerin en az seviyede tutulması gerekirken rakam veya miktar ayarlamaları ile de gelirin en üst seviyeye çıkarılması hedeflenmektedir. Fakat eski fiyatlandırma ve stok kontrol çeşitleri çok sabit kaldığı için firmalar bu gerekliliği sağlayamazlar. Fiyat hesaplaması ve stok belirleme kararları üzerinde bilgi teknolojileri ve internetteki hızlı değişimler çok güçlü şekilde etkili olmuştur. Simon (2007: 17), müşterileri ve rakipleri ile ilgili işletmelerin, bu yol ile gerekli bilgiye ulaştıklarından, az bir maliyet ile stoklarını ve fiyatlarını anlık hızlı bir şekilde güncelleyerek, dinamik fiyatlandırma sistemini uygulayabildiklerinden bahsetmiştir.

Arz ve talep dengesi, dinamik fiyatlandırma stratejisi uygulanırken fiyatların hesap edilmesinde temel alınmaktadır. 1800’lü yılların ortasına kadar dinamik fiyatlandırma, aslında yegâne fiyat belirleme stratejisi olarak uygulanmıştır. Fakat kavram olarak dinamik fiyatlandırma yerine daha fazla ‘pazarlık yapmak’ tabiri olarak konuşma dili şeklinde bulunmuştur. Ücretlerin tüketiciye, mekâna, tarihe, ürün veya hizmete göre fiyatlandırıldığı bireysel fiyat farklılaştırılması politikasına dinamik fiyatlandırma denilmektedir (Armstrong ve Kotler, 2000: 665). Üretilen mal veya

hizmetlerin hesap edilen liste fiyatlarının dışında rakamlarla satılmasına dinamik fiyatlandırma denir (Kleindl, 2003: 156). Müşterilerin diğerlerinden farklı talep ve gereksinimlerine, farklı mal veya hizmet sunulmasına göre fiyatlandırma yapılması buradaki en önemli kısım olmaktadır.

Hava yolu firmaları da uzun yıllardır dinamik fiyatlandırma stratejisini kullanmaktadırlar. İnternetin kullanılması, bilişim sistemleri ve teknolojinin gelişim göstermesi ile artmıştır. Teknoloji, bilişim ve yazılım alanları, günümüzde devletlerin ve firmaların yatırımlarını daha fazla yaptıkları alanlar olmaktadır. Devletler ve firmalar dinamik fiyatlandırma bilgilerinin çözülmesi ile pazar şartlarına göre davranarak gelir elde etme fırsatlarına sahip olmaktadır. Bunların yanında dinamik fiyatlandırma sistemi, e-ticaretin büyümesi ile de her sahada hayatımıza dâhil olmaya ve farklı sektörlerde de bu sistemin kullanılmasının kolaylaşmasına yol açmıştır (Ancarani, 2002: 685). Bunun yanında Sibdari (2005: 2) de dinamik fiyatlandırma uygulamasının çoğunlukla belli bir sürede satılması zorunlu olan ürünler veya stok seviyesinin yükseltilmesinin mümkün olmadığı ya da çok yüksek maliyetli olan sektörlerde kullanıldığından bahsetmektedir.

İnternet sayesinde müşteriler artık değişik firmalara ait ürünleri veya hizmetleri fiyat bakımından karşılaştırma olanağına sahiptirler. Müşteriler firmaları, ürün ve hizmetleri kıyaslayabilirken firmalar da müşterilerle ilgili birçok bilgiyi daha basit şekilde ayrıştırabilmektedirler. Mal veya hizmetlerin fiyatlandırma stratejileri de bu bilgiler sayesinde daha doğru yapılabilmektedir (Önder ve Oktay, 2011: 59). Farklı müşterilerin farklı fiyat seviyelerinden mal veya hizmetleri alma istekleri, dinamik fiyat stratejisinin meydana gelmesinde ve sürmesinde en etkili neden olmaktadır (Rohani ve Nazari, 2012). Müşteri bilgilerine bağlı olarak taleplerdeki dalgalanmalara göre fiyatların değişimi, dinamik fiyatlandırma sisteminin başka bir önemli özelliğidir. Ürün veya hizmetler için esnek rakam hesaplanması dinamik fiyatlandırmada uygulanmaktadır. Pazardaki rekabet için rakiplerin uyguladığı fiyatlara karşılık dinamik fiyat belirleme politikasıyla karşılık belirlenmektedir. Dinamik fiyatlandırmanın asıl hedefi, genel olarak eldeki stok seviyesinden kazanılması düşünülen geliri en üst kademeye çıkaracak satış rakamlarını belirlemektir (Monohan vd., 2004: 73).

Doğru müşteriye, doğru zamanda ve doğru hizmeti vermek amacıyla ürün ve hizmet ücretlerinin hazırlandığı işletme stratejisine dinamik fiyatlandırma denilmektedir. Havayolu şirketlerinin bilet ücretlendirme sistemine bakmak, dinamik fiyatlandırma kullanım mantığını anlamanın en iyi yollarından biridir. Eşit seviyede bulunan koltukların satılması istendiğinde havayolu şirketi, bilet fiyatlarını eldeki koltuk müsaitliği ve uçuş tarihine göre değişik çeşitlerde düzenlemektedir. Uçuş tarihinin

yaklaşması durumunda havayolu şirketleri, eğer ellerinde fazla adet boş koltuk kalırsa promosyonlu pazarlama hizmeti sunmaya başlarlar. Tekrar siparişi verilemeyen, satış süreleri sınırlı olan ve dayanıksız ürün olarak adlandırılan havayolu biletlerinin çoklu satışlarında marjinal maliyet düşük olmaktadır. Bu sebeple de bu çeşit gelirlerin çoğunluk kısımları direkt kar olarak elde edilmektedir. Lin (2006: 522-523) dinamik fiyatlandırma kullanımının, belirtilen bu dayanıksız ürünlerin satışı için olabildiğince yararlı olduğunu belirtmektedir.

Satışların hareketlendirmesi, kazanç ve yararın en çok seviyeye çıkmasına olanak sağlaması, envanter takibini kolaylaştırması, alışveriş eğilimlerine, içerideki stok düzeyine ve rakiplere ait bilgilere uyumlu bir şekilde fiyatlarla oynayarak rekabetçi piyasada ayakta kalabilmeyi sağlaması, dinamik fiyatlandırmanın yararları olarak gösterilmektedir. Kazanç ve gelirin en çok seviyeye getirilmesi, durum her ne olursa olsun dinamik fiyatlandırmanın hedefi olmaktadır (Korkmaz vd., 2009: 413).

İleri zamanlardaki fiyatları etkileyen dinamik etkenlerin neler olacağı ve dönemler arasındaki gelirin her parçasında üst seviyeye çıkarılması, dinamik fiyatlandırma kullanımı ile ortaya çıkarılmaktadır (Chenavaz vd., 2011: 3). Talluri ve Van Ryzin (2004: 175), kişilere göre fiyat belirleme, indirimler, promosyonlu satış yapılması, kupon uygulaması, miktar ve sezon sonu indirimleri gibi farklı şekillerde dinamik fiyatlandırma kullanımının, şirket stratejileri bakımından birçok perakendeci ve ticaret yapan işletmeler tarafından uygulandığını belirtmektedirler.

Liste fiyatlandırması, ürün demeti ya da açık artırma yöntemleri günümüzde internette kullanılan dinamik fiyatlandırma şekilleri olarak sınıflandırılmaktadır (Kannan ve Kopalle, 2001: 66). Belirtilen bu fiyatlandırma yolları aslında müşterilerin değer algısını güçlendiren stratejiler olarak söylenebilir. Geleneksel yöntem olarak kullanılan haftalık, aylık veya sezonluk fiyat belirlemelerinin yerine internet yoluyla daha kısa süre olarak günlük, saatlik veya dakikalık olarak yapılan hızlı fiyatlandırma yapıldığı söylenebilir. Kannan ve Kopalle (2001: 63), dijital ortamda veya internet alanında rakam değişikliklerinin kolay yapıldığını, azalan ve yenilenen maliyet listelerinin güncellenmesinin, farklılaşan taleplerin kontrol edilmesindeki sürat ve randımanın artmasının, rekabet ortamındaki fiyatların izlenmesindeki kolaylığın ve mal veya hizmetlerin fiyatlandırılmasının, geleneksel yöntemlere göre daha dinamik yapıldığını belirtmektedir.

Megep (2011: 49), müşterilerin fiyat politikalarında oluşacak sürekli değişikliklerden hoşnut olmamaları sonucu şirket veya üründen bütün olarak vazgeçebileceklerini, dinamik fiyatlandırma sebebiyle fiyat rekabetine giren işletmelerin zorlandığını, üretilen mal veya hizmetin kalitesi ile ilgili yanlış imajın oluştuğunu, bilgilerin korunması için teknolojik ya-

zılım veya ürünlerin maliyetinin fazla olması ve konusunda uzman olan çalışanların istihdam edilmesinin zor olduğunu, dinamik fiyatlandırmanın zararları arasında göstermektedir.

Müşteri Memnuniyeti

Organizasyonlar için en ehemmiyetli strateji şekillerinden birisi hiç şüphesiz ki müşteri memnuniyetidir. Gelişmiş ülkelerin işletmeleri tarafından 80'li yıllardan itibaren tartışılan müşteri memnuniyeti konusu, işletme karlılığı, büyüme ve pazar marjları alanlarında en önemli etken olmakla beraber esas anlamda organizasyon sadakati ile ilişkilidir. Daha önceleri müşteri talepleri ile harcama veya kullanma nihayetinde meydana gelen gerçek hal arasında farkın incelenmesi yoluyla müşteri memnuniyeti belirlenmekteydi. Herhangi bir ürün veya hizmeti alan kullanıcıların bazı beklentileri olmaktadır. Eğer aldıkları ürün veya hizmet, beklentilerini veya faydayı karşılıyorsa müşteriler memnun edilmiş olacaktır. Daha sonra meydana gelecek satın alma davranışı da, memnun olan müşterinin aynı ürün veya hizmeti veren markaya yönelmesi ile olur. Müşterilerin taleplerinin karşılanması hedefiyle gereksinimlerinin anlaşılması, tesirde bulunulması ve yönetilmesi davranışlarına müşteri memnuniyeti denilmektedir. Forza ve Filippini (1998: 1-20), toplam kalite yönetim düşüncesinin meydana gelmesinin esas temelini oluşturan kullanıcıların memnun edilmesi durumunun, eskiden beri toplam organizasyon performansı ve genel kalite mantalitesinin en güçlü işaretlerinden biri olduğunu belirtmektedirler.

Müşterilerin istedikleri veya bekledikleri ürün veya hizmetlere karşılık gösterdikleri cevap olarak memnuniyet ifade edilebilir (Mohammad ve Alhamadani, 2011: 63). Mal veya hizmetlerin müşterilerin talep ve ihtiyaçlarına uygun veya isteklerinin ilerisine gitmesinin de dâhil olduğu kavram müşteri memnuniyeti olarak açıklanabilir (Andaleed ve Conway, 2006: 4; Özgüven 2008: 657). Müşterilerin bir mal veya hizmetten beklediği yararlar (fayda paketi), performans ve sosyo-kültürel değerler (şahıs ve aile kültürü, kişisel beğeni ve alışkanlıklar, hayat konsepti, önyargılar), müşterinin karşılaşmaktan kurtulduğu yüklerle bağlı fonksiyon müşteri memnuniyeti olarak açıklanmaktadır (Demir, 2006: 18). Çatı ve Baydaş (2008: 138) ise müşteri memnuniyetini, en geniş açıdan bakıldığında beklenen ile meydana gelen ürün veya hizmet performansları mevzusunda müşteri hükmü olarak açıklamaktadırlar.

Müşteri memnuniyeti işletmelerin değişim periyotlarında ayrı bir yere sahip olarak pazarlamanın anahtar mefhumlarından biri haline gelmiştir. Çoğunlukla müşterilerin satın alma sürecinden sonraki devreye odaklanıldığı, müşteri davranışları ile ilgili yapılan araştırmalarda görülmektedir. Bu olgu ticaretçiler bakımından çok önemlidir zira sözlü reklamlarla be-

raber müşteri memnuniyeti, satışlarda artışı da olumlu etkilemektedir. On-line ortamlarda ticari işlemlerin yapılmaya başlaması ile birlikte e-ticaret denilen platformlarda da işlem hacmi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de artış göstermiştir. Şirketler bu duruma kayıtsız kalmayarak bütün işlemlerini elektronik ortama taşımaktadırlar. Bu konuda da yapılan bir araştırmada Narcı (2021: 1732), e-müşteri memnuniyetinin de e-yeniden satın almaya pozitif etki ettiğini belirtmiştir. Marković ve Horvat'a (1999: 2) göre de müşterilerin satın alınan mal veya hizmet sonrasındaki davranışlarının etkilenmesi, müşteri memnuniyetinin öneminin artmasından meydana gelmektedir.

Yalnızca mal veya hizmetlerin özelliklerinin müşterilerin istek ve beklentilerini karşılaması olmamakla birlikte, müşteri nazarında önemli görünen unsurlara göre beklentilerin karşılık görmesi müşteri memnuniyetini meydana getirmektedir (Kotler ve Armstrong, 2009: 38-39). Artık müşteriler, tecrübeleri sonrasında memnuniyet duygularının olumlu ve olumsuz hallerini ilerleyen teknoloji sayesinde geniş kitlelerle paylaşabilmektedirler (Kim ve diğ., 2009: 12). Mal veya hizmet alışverişi sonrası memnun olmayan müşterilerden bazıları şikayetlerini gerekli mercilere ileterek sorunlarının en ivedi şekilde çözülmesini isteyebilir ya da hiçbir tepki vermeden oradan ayrılarak, sonrasında oradan satın alma davranışını asla göstermeyebilir (Hussain ve diğ., 2014: 167). Organizasyonun memnun olmayan ve tepki vermeden ayrılan müşteri kitlesini anlaması çok zordur ve bu durum müşteri kayıp yüzdesinin yükselmesine sebep olmaktadır. Şirket bakımından incelendiğinde, portföydeki eski müşterileri tutma ile yeni müşteri kazandırma maliyetleri kıyaslandığında, daha düşük maliyetli olan kısmın eski müşterileri elde tutma kısmı olduğu sonucuyla karşılaşılmıştır (Lin ve Wang, 2006: 272). Günümüzde memnun olan müşteriler belli bir süre sonunda sadık müşteri olmaya başlamakta ve bu kitle şirketin gelirini yükselme fırsatı meydana getirmektedir (Yeung ve Ennew, 2000: 313-314). Bove ve diğerlerine (2009: 699) göre sadık müşteri olarak adlandırılan kişilerin, şirketlerin verdiği hizmet kalitesinin daha üst kategorilere çıkması için fikirler verdikleri ve olası yaşadıkları problemlerde ilgili mercilere meselelerini aktardıkları görülmektedir.

Müşteri memnuniyeti, işletmeler ile müşterilerin alışveriş yapma süreçlerini artırır ve bu zaman dâhilindeki kıymetlerinin yükselmesine sebep olur. Ayrıca mutsuz olan müşterilerin etraflarına negatif yorumlarını iletmelerine engel olmak için tatmin konusu üzerinde durulması gerekmektedir. Yapılan çalışmalarda mutsuz müşterilerin yüzde 94'ünün şirketlere şikâyetlerini söylemek için çaba göstermek yerine oradan ayrılıp rakip şirketlere giderek olumsuzluklarını oralardaki potansiyel müşterilere ileterek, şirketlerin müşteri kaybetmelerine sebep oldukları görülmüştür.

Buradan da Gerson (1997: 21) bir mutsuz müşterinin en azından on potansiyel müşteri kaybına sebep olduğu anlamını çıkarmaktadır.

Müşteri Sadakati

Üretim kısmının en mühim kısmı müşteridir (Deming, 1996: 143). Müşteri tanımı yapılırken sadece organizasyonun ürettiği ürün veya hizmetleri satın alması yanında üretilen ürün veya hizmetlerden faydalanan tüm insanları göstermektedir. Başka bir anlatımla bir şirketin herhangi bir kısmının çıktılarından faydalananlar ile bu çıktıları alanlar da müşteri olarak adlandırılmaktadır (Sprague vd., 1992: 57). Müşteri sadakati ise, müşterilerin başka birçok tercih imkânı olmalarına rağmen, belirli bir ürün ya da hizmete veya şirkete karşı duyduğu yakınlık, rastlantı olmayan alışveriş seçeneği, bağlılık duymasıdır (Bayuk ve Küçük, 2007: 290). Diğer bir tanımlamada müşterilerin mal veya hizmeti yeniden satın alarak satıcı bakış açısından görülen pozitif davranışlar olarak ifade edilmiştir (Çatı ve Koçoğlu, 2008: 169). Müşterilerin talep ve beklentilerinin ne olduğunun bulunması ve buna istinaden mal veya hizmetin üretilmesi, günümüzde artık müşteri memnuniyetinin oluşturulması ve buna bağlı sadık müşteriler kazanılması amacıyla şirketlerin en mühim öncelikleri içinde bulunmaktadır. Öncelikle içten gelen bağlılık hislerinin bulunması, sadakat için mecburiyet veya kısıtlama bulunmaması ve müşteriler tarafından seçim yapılabilecek başka alternatiflerin bulunması, müşteri sadakatinden bahsederken bulunması gerekenlerdir. Dolayısıyla Kırkbir (2007: 62) başka alternatif bulunmamasından dolayı müşterilerin mecburen aynı yerden mal veya hizmet almaları durumunda sadakatten bahsedilmesinin mümkün olmayacağından bahsetmektedir.

Bir müşterinin herhangi bir markayı kullanması sonucu o markaya yönelik pozitif eğilim ve devamlılık müşteri sadakati olarak açıklanmaktadır. Tüm marka veya şirketler, varlıklarını sürdürebilmek amacıyla çalışanlarının, ürün veya hizmet alan tüm müşterilerinin ve kendilerine yatırım yapanların sadakatlerini mutlaka kazanmak durumundadırlar. Diğer bir anlatımla şirketlerin müşterileri için değer yaratmaları ve buna karşılık şirketin müşteriler tarafından benimsenmesi, müşteri sadakati bütünü oluşturmaktadır (Çınar, 2007: 29-30). Müşterilerin belirli bir ürün, hizmet veya markaya zaman içinde ne derece sadık olduğu, müşteri sadakati olarak açıklanmaktadır (Stuart & Tax, 2004: 609). Müşteriler aldıkları ürün veya hizmetler ile ilgili bir şirkete karşılık sadakat davranışları gösterdiklerinde, olası müşterilere olumlu dönüşler yapmaktadırlar. Satın alma periyodunda sadık müşterilerin diğer müşterilere markaları önerme tarafları bulunmaktadır ve bu müşterilerin bu eğilimi beş yıl boyunca yapma ihtimalleri olduğu belirtilmektedir (Zeithaml vd., 1990). Dolayısıyla İlter'e (2009: 103) göre müşterilerin sonra yapacakları satın almalar üzerinde

pozitif etkiye sahip olacak ve ziyaretleri artıracak etkenin memnun müşterileri yaratmak olduğunu belirtmektedir.

Müşteri sadakati, bir organizasyonun ürün veya hizmetlerine karşı pozitif tutum ve yeniden satın alma arasındaki uzun süreli etkileşimin kuvveti olarak açıklanmaktadır (Dick ve Basu, 1994: 101). Sadık müşterileri olan şirketler, rekabetin olduğu pazarda rakip firmaların vermiş olduğu tüm önerilere karşı koyabilmekte, müşterilerini tekrardan kendi işletmelerinden alışveriş yaptırmakta ve uyguladıkları tüm fiyat politikalarına müşterilerinin kabul etmelerini sağlamaktadırlar. Müşterilerin şirketi diğer müşterilere önermeleri ile hem ücret ödemedi reklamlarının yapılmasını sağlamak hem de artı müşterilerin portföye eklenmesini sağlayarak maliyetlerini en az seviyeye indirmektedir (Tabaku ve Çerri, 2005: 226). Bununla beraber sürekli aynı şirketten alışveriş yapan sadık müşteriler, satın alma istikrarı göstermeyen müşterilerden dolayı meydana gelen satış ve gelirdeki dalgalanmaları engelleyerek şirketin pazardaki yerinin korunmasını ve istikrar göstermesini sağlamaktadırlar. Değermen'e (2004: 95) göre burada müşteri sadakati, şirketlerin rekabetin olduğu pazarda diğer firmalara üstünlük kurmalarını sağlayan stratejik önemi yüksek bir araç olmaktadır.

Müşteri sadakati oluşturulabilmesi için başarılı organizasyonlar dört yol takip etmektedirler. Marka şahsileştirilmesi, çalışanlara eğitim aldırılması, müşteri talep ve gereksinimlerine odaklanılması ve istikrarlı mal veya hizmet iletilmesinin temin edilmesi ile bu dört yöntem açıklanabilir. Müşteri sadakati sadece servis hizmetleri, rakam ve fiyatlar ile oluşturulamaz. Ne istediğini bilen, yaşamlarını daha güzel hale getiren, onlara önem veren insanların olmasına tüm bunlar için ihtiyaç duyulmaktadır (Davids, 2007: 19). Müşteri sadakati, davranışsal ve tutumsal olarak pazarlama literatüründe iki değişik yolla tanımlanmaktadır (Jacoby & Kyner, 1973: 2). Davranışsal sadakat tekrar edebilen ve tutarlı satın alma hareketlerini sadakatin bir emaresi olarak gösterirken, tutumsal sadakat ise psikolojik ve duygusal bağlılığı yansıtan davranışlar olarak kabul edilmektedir. Fakat Tepeci'ye (1999: 223) göre tekrar eden satın alma hareketleri daima ilgilenilen markaya doğru psikolojik bir bağlılığın bulunduğunu göstermez ve davranışsal yaklaşımın ehemmiyet gösteren problemleri arasında bu durum da bulunmaktadır.

İşletmelerin büyük bir çoğunluğu rekabetin yoğun olduğu pazarda müşterilerini elde tutmanın önemini bilmekte ve buna karşılık müşterilerinin sadakat seviyelerini yükseltmek için önemli işler yapmaktadırlar. Ehrenberg ve Goodhardt (2001: 13) eldeki müşterileri kaçırmamanın, yeniden müşteri kazanmaya oranla daha az maliyetli olduğunu ve bu sayede şirketlerin müşteri sadakatini oluşturmaya önemli faydalar sağlayacağını belirtmektedirler.

Literatür Taraması

Dinamik fiyatlandırma ile ilgili literatüre baktığımızda bu kapsamın oldukça geniş bir kavram olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle son yıllarda bu konuda yapılan çalışmaların da arttığı görülmektedir. Havayolu şirketlerinin koltuk satışlarındaki talep değişkenliği sebebiyle fiyatlandırma yapımlarındaki zorlukların ele alınarak belirli bir periyot içinde fiyatların elde tutulan stok kademesine göre belirlenebileceği yapılan araştırmada belirtilmiştir (Monohan vd., 2004). Yine diğer bir araştırmada havayolu şirketleri müşterileri isteklerinin önceden tahmin edilerek optimal (en iyi) bilet fiyatının tespit edilmesi yolu önerilmiştir (Yazgan, Candan ve Ataman, 2019). Araştırmada stok yapılamayan ürün olan uçak biletlerinin dinamik fiyatlandırma yolu, taleplerin tahmin edilmesi, istatistik tutulması, teknolojinin kullanılması ve yöneylem araştırması gibi birçok etken beraber düşünülerek tekliflerde bulunulmuştur. Yine bir diğer araştırmada şirketlere en fazla gelir getirecek ürün fiyatının netleştirilmesinde dinamik fiyatlandırma şeklinden faydalanılması gerektiği tavsiye edilmiştir (Shields ve Shelleman, 2009). Fakat bunun uygulanabilmesi için en başta tüketicilerin taleplerinin analiz edilmesi ve ürünün pazardaki vaziyetinin dikkate alınması gerektiğini de belirtmişlerdir. Eldeki çalışmalara bakıldığında son zamanlarda dinamik fiyatlandırma konusunda daha çok kantitatif araştırmalara eğilim olduğu anlaşılmaktadır. Tüketicilerin olumsuz tepki gösterebileceği ihtimaline karşılık şirketlerin aslında dinamik fiyatlandırma politikasından uzaklaşma eğilimi gösterdiği görülmektedir. Fakat özellikle son zamanlarda görülen ani küresel değişimler, şirketleri değişen bu şartlara uyma anlamında teşvik edici rol almaktadır. Dolayısıyla dinamik fiyatlandırmayı sadece belirli sektörlerin değil tüm sektörlerin uygulamaya başladığı ve değişik disiplinlerden yararlanarak dinamik fiyatlandırma politikalarını geliştirdiği belirtilmektedir.

Literatürde yaygın olarak bulunan bir diğer alan ise müşteri memnuniyeti konusudur. Bu konuda birçok makale olmasının yanı sıra neredeyse her şirketin müşteri memnuniyetini ölçen çalışmaları da bulunmaktadır. Bu konuda ilk sayısal ölçüm denemesi Amerikan müşteri indeksi (American Customer Satisfaction Index – ACSI) ile yapılmıştır. Toplam Kalite Yönetim anlayışının yaygın hale gelmesi ile müşteri memnuniyetinin ölçülmesi mecburiyeti aynı zamanda meydana gelmiştir. Bu konuda yapılan araştırmaların hız kazanması, özellikle Ishakawa'nın müşteri memnuniyeti ehemmiyetinin üzerinde durmasından sonra daha da artmaya başlamıştır (Rao vd., 1996: 49). Yine kalite ile müşteri arasındaki korelasyonun yüksek olduğunun bulunduğu araştırma, bu konu ile ilgili yapılan önemli araştırmalardan birisidir (Kano vd., 1996). Yine bir diğer araştırmada müşteri memnuniyeti hizmet kalitesi (SERVQUAL) modellerinin alt faktörlerinden biri olarak ortaya koyulmuştur (Parasuraman vd., 1991).

Ülkemizde ise bilimsel anlamda müşteri memnuniyetinin ölçülmesi amacıyla meydana getirilen modeller 90'lı yıllardan sonra gündemde olmaya başlamıştır. Lakin meydana getirilen modeller çoğunlukla tek faktörlü modeller olmuştur. Çift kademeli müşteri memnuniyeti ölçüm modeli ve buna benzeyen modeller henüz daha çok yeni olmaktadır. Bu tarihlerde bilgisayar yazılım kısımlarının ilerlemesi sebebiyle Yapısal Eşitlik Modeli – YEM (Structural Equation Modeling – SEM) model testi ile iki kademeli doğrulayıcı (teyit edici) Faktör Analizi (Second – Order Confirmatory Factor Analysis – CFA) uygulamaları kullanılmaya başlanmıştır (Loehlin, 1992).

Müşteri sadakati ile ilgili literatürde yapılan çalışmalardan birinde Tesco, Sainsbury, Ocado, Asda, Waitrose ve Foodferr gibi internet vasıtası ile market malzemeleri satışı yapan e-ticaret sitelerinden 491 müşterinin katılmasıyla yapılan araştırma ile ilişki kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi incelenmiştir (Rafiq, Fulford ve Lu, 2013). Araştırmada e-ilişki, e-duygusal ve e-güven olarak ilişki kalitesi üç alt boyuta ayrılarak incelenmiştir. Sonuç olarak e-ilişki kalitesinin e-müşteri sadakatine pozitif yönde etki ettiği bulunmuştur. Bir şirketin doğru ürün veya hizmeti doğru zamanda, doğru kanaldan ve doğru ücret karşılığı doğru müşteriye ulaştırmak şartıyla gittikçe yükselen sadık ve karlı müşterileri bulma, nitelendirme, elde etme, geliştirme ve elden kaçırmama amacıyla yaptığı tüm işlemlere MİY denilmektedir. İnternet sayesinde ortaya çıkan tüm avantajların klasik MİY teknikleri ve web, kablosuz internet ve sesli teknolojiler gibi elektronik vasıtalarla birleştirilerek şirketlerin genel MİY politikalarına uyumlaştırılmasına ise E-MİY denilmektedir (Fairhurst, 2001; Pan ve Lee, 2003). Bununla beraber diğer bir araştırma ise Hindistan havayolları şirketlerinde uçan 900 yolcu üzerinde yapılmıştır (Ahadmotlaghi ve Pawaw, 2012). Bu araştırma sonuçlarına göre MİY'in yolcuların üst seviye sadakatini kazandığı ve tüketicilerin şirket müşterisi olma durumlarından ayrılmasına karşı engel meydana getirdiği açıklanmıştır. Burada müşteri memnuniyeti ve sadakatini etkileyen esas etkenlerin hizmet kişiselleştirilmesi, firma tarafından yapılan iletişimsel emekler, tüketicilerin havayolu firmasına karşı güven duyması, firmanın verdiği sözleri yerine getirmesi ve daha kaliteli hizmet verilmesi gibi durumların olduğu belirtilmiştir.

Ayrıca müşteri sadakati ve müşteri memnuniyeti ile ilgili literatürde başka da birçok çalışma bulunmaktadır. Örnek olarak bir araştırmada turizm sektöründeki verilen hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini direk etkilediği ve memnuniyet kısmındaki ufak yükselişlerin asıl müşteri sadakatinde büyük değişimlere yol açtığı açıklanmaktadır (Özer ve Günaydın, 2010: 135). Diğer bir araştırmada ise otomotiv alanında müşteri memnuniyetinin yaratılması ve müşteri sadakati meydana getirilmesinde

kurumsal marka kişiliğinin önemine vurgu yapmaktadır (Çobanoğlu ve Baykal, 2013: 69). Sağlık sektöründe yapılan bir araştırmada ise tüketicilerin ürün ve hizmet değiştirme maliyetlerinin yüksek olması durumunda müşteri memnuniyeti ile sadakati arasında olan ilişkinin zayıflamasına sebep olduğu belirtilmektedir (Pişgin ve Ateşoğlu, 2015). Kalyoncuoğlu (2017: 389) ise diğer bir sektör olan gıda sektöründe yapılan bir araştırmada, tüketicilerin markaya karşı hissettikleri güven duygusunun müşteri sadakatini yükselttiği ve marka ile müşteri arasındaki ilişkiyi güçlendirdiği sonucuna varıldığını belirtmiştir.

Metodoloji

Türk havacılığının dünyada sivil havacılıktaki gelişmelere paralellik gösterdiği ve günümüzde rekabet edilebilirlikte önemli bir yerinin olduğu bilinmektedir. Özellikle yolcu taşımacılığındaki kazanımları ile son yıllarda adından söz edilmektedir. Türk sivil havacılığındaki yolcu taşımacılığında, dünyadaki diğer örneklerinde olduğu gibi bilet satışında dinamik fiyat politikasının uygulanması, yolcu memnuniyeti ve yolcu sadakatini nasıl etkilediği süregelen bir araştırma konusu olmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın konusu Türk havayolu şirketlerinin yolcu taşımacılığında dinamik fiyat yönetiminin yolcu memnuniyeti ve sadakati ile ilişkisi şeklinde oluşturulmuştur.

Türk markası havayolu şirketleri ile iç hatlarda 2020 yılında uçuş yapan toplam 49.740.303 kişi araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir (DHMİ, 2021: 18). İç hat yolcu sayısının evren olarak araştırmada seçilmesinin sebebi, iç hat yolcu taşımacılığının sadece ülkelerin yerli firmalar tarafından yapılmasına izin verilmesidir. Araştırma boyunca yüzde beş (0,05) örnekleme hatası baz alınmaktadır ve araştırmanın evren büyüklüğü bilindiğinden yüzde beş örnekleme hatasında minimum örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmaktadır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak seçilen anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların da yer aldığı toplam yedi soru yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların dinamik fiyat ile ilgili algılarını ölçmeye yönelik toplamda dokuz ifadenin bulunduğu üç ölçek yer almaktadır. Katılımcıların dinamik fiyatla ilgili algılarını ölçmek için verilen ifadelerin öncesinde, dinamik fiyatın ne olduğuna dair bir açıklama yapılmıştır. Dinamik fiyatla ilgili tutumların ölçüldüğü ikinci bölümdeki ilk üç ifade Donthu ve Gilliland'ın (1996) çalışmalarında geliştirdikleri fiyat bilinç ölçeğindeki dört ifadeden alınmıştır. İlgili ölçekte yer alan dördüncü madde çalışmamızın konusu dışında olduğu için ankete dâhil edilmemiştir. İkinci bölümde yer alan diğer altı ifadenin ilk üçü algılanan fiyat adaleti ölçeği son üçü ise prosedür ile ilgili fiyat adaleti ölçeğine ait ifadelerdir.

Bu altı ifade ise Martin vd. (2009)'un çalışmasında kullandığı ifadelerden alınmaktadır. İkinci bölümde yer alan ifadelerin tamamı çalışmanın amacına uygun olarak Türkçe 'ye çevrilerek ankete dâhil edilmiştir.

Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların dinamik fiyat yönetimi ile ilgili memnuniyetlerini ölçmeye yönelik Casalo vd. (2008) tarafından geliştirilen dört maddelik ölçek Şenbabaoğlu (2016) tarafından Türkçeye uyarladığı çalışmasından alınarak kullanılmıştır. Anketin dördüncü ve son bölümünde ise sadakat ile ilgili ifadelerin yer aldığı Anderson ve Srinivasan (2003) tarafından geliştirilen beş maddelik ölçeği Türkçeye uyarlayıp kullanan Kipman'ın (2013) çalışmasından alınarak kullanılmıştır. Ankette yer alan ölçek ifadelerinin cevaplandırılması için katılımcılara beşli Likert yapısında cevaplar yöneltilmiştir. Anket formu dijital ortama aktarılarak, kullanılması planlanan ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizinin yapılabilmesi için, anket linki sosyal medya ve mail yolu ile 50 kişilik bir grup üzerinde ön test yapılmıştır. Ön test sonucu elde edilen verilerle dinamik fiyat ölçeğinin alt boyutları için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 1: Uyum İyiliği Değerleri

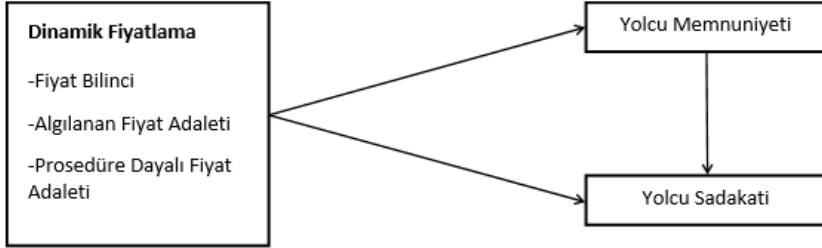
		Dinamik Fiyat Ölçeği	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
Ki Kare / Serbestlik Derecesi	X ² /df	2.440	≤2	2<X ² /df ≤3
Uyum İyiliği İndeksi	GFI	.965	≤1.00	0.90≤GFI<0.95
Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi	AGFI	.934	≤1.00	0.85≤AGFI<0.90
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi	CFI	.976	≤1.00	0.90≤CFI<0.95
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü	RMSEA	.070	≤0.05	≤0.08
P = ,000<0,05				

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri yukarıda Tablo 1 'de gösterilmektedir. Tabloya göre üç ölçeğin tek bir ölçeğin alt boyutları halinde kurgulanarak elde edilen dinamik fiyat ölçeği ifadelerine ait uyum iyiliği değerleri ilgili referans değerleri (Schermelleh-Engel vd., 2003:56) ile karşılaştırıldığında, kabul edilebilir aralıkta olduğu gözlenmektedir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu dinamik fiyat ölçeğinin araştırma için kullanılabilirliğinin uygunluğunun anlaşılmasının ardından, araştırmadaki tüm ölçekler için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucu dinamik fiyat ölçeği için ($\alpha = ,701$), müşteri memnuniyeti ölçeği için ($\alpha = ,821$) ve müşteri sadakati ölçeği için ($\alpha = ,882$) güvenilirlik değerleri elde edilmiştir. Elde edilen Cronbach's Alpha değerleri sosyal bilimlerde kabul

gören 0,70'in üzerinde yer aldığı görüldüğünden, ölçeklerin araştırma için güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Araştırmanın değişkenleri ile çizilen araştırma modeli yukarıda Şekil 1'de gösterilmektedir. Araştırma amacına göre oluşturulan araştırma hipotezleri ise aşağıda yer almaktadır.

H_1 : Dinamik Fiyatlama Yolcu Memnuniyeti Üzerinde Pozitif Etkiye Sahiptir.

H_2 : Dinamik Fiyatlama Yolcu Sadakati Üzerinde Pozitif Etkiye Sahiptir.

H_3 : Yolcu Memnuniyeti Yolcu Sadakati Üzerinde Pozitif Etkiye Sahiptir.

Doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizlerinin pozitif sonuçlarının ardından, hazırlanan anket 01.12.2022 ile 20.12.2022 arasında katılımcılara dağıtılmış ve toplamda araştırma için 505 kullanılabılır geri dönüş sağlanmıştır. Araştırma amacına göre hazırlanan hipotez testleri için, çalışmanın devamında 505 veri üzerinden analizlerin yapılacaktır. Ancak araştırma için parametrik ya da parametrik olmayan testlerin yapılabilirliğinin anlaşılması için verilerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmelidir. Normal dağılımın belirlenebilmesi için mevcut olan yöntemlerden çarpıklık ve basıklık ölçülerine bakılmaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerleri -1,96 ile +1.96 arasında kaldığı görülürse, verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Yapılan analiz sonucu ölçekler için elde edilen değerlere göre dinamik fiyat ölçeği (Çarpıklık: -,046, Basıklık: ,306), memnuniyet ölçeği (Çarpıklık: -,242, Basıklık: -,442) ve sadakat ölçeği (Çarpıklık: -,340, Basıklık: ,176) ilgili referans aralığında kaldığı görüldüğünden veriler normal dağılmakta ve bu nedenle parametrik testlerin uygulanması gerektiği anlaşılmaktadır.

Ankette demografik ifadeleri kapsayan ilk bölümde yer alan yedi ifadeye katılımcıların verdiği yanıtlara göre frekans dağılımları incelen-

miştir. Katılımcılara ait cinsiyet, medeni durum, yaş aralıkları, eğitim düzeyleri, aylık gelirleri, bir yılda havayolu ile yaptıkları seyahat sıklıkları ve uçak biletinin ne kadar öncesinde alındığına dair sorulara ait verilen cevapların frekans dağılımları Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Sorulara İlişkin Verdikleri Yanıtların Frekans Dağılımı

İfadeler	Frekans Dağılımı
Cinsiyet	242 Erkek (%47,9), 263 Kadın (%52,1)
Medeni Durum	263 Evli (%52,1), 242 Bekâr (%47,9)
Yaş Aralığı	24-29 arası 98 kişi ; 30-35 arası 138 kişi ; 36-41 arası 142 kişi ; 42 ve üstü 127 kişi
Eğitim	Lise 59 kişi ; Ön Lisans 170 kişi ; Lisans 217 kişi ; Lisans Üstü 59 kişi
Aylık Gelir	5500 TL ve altı 55 kişi ; 5501 – 7000 TL arası 105 kişi ; 7001 – 8500 TL arası 41 kişi ; 8501 – 10000 TL arası 82 kişi ; 10001 TL ve üstü 222 kişi
Seyahat Sıklığı Ortalama (1 Yılda)	1 defa ve daha az 28 kişi ; 2 – 4 arası 205 kişi ; 5 – 7 arası 176 kişi ; 8 – 10 arası 96 kişi
Uçak Biletinin Alınma Zamanı	Aynı gün 42 kişi ; 1 gün evvel 82 kişi ; 1 – 5 gün arası 117 kişi ; 5 – 10 gün arası 185 kişi ; 10 – 30 gün arası 79 kişi

Araştırma ölçeklerine ait verilen yanıtların ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. İlgili değerler dinamik fiyat algı ölçeği için kurgulanan alt boyutların da yer aldığı şekilde aşağıda Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3: Ölçek İfadelerine Verilen Yanıtların Tanımlayıcı İstatistikleri

	Ölçek İfadeleri	Ortalama	Std. Sapma
Fiyat Bilinci (Alt Boyutu)	1.Genellikle En Ucuz Uçak Biletini Satın Alırım	3.9406	.86398
	2.Genellikle Sadece İndirimdeki Uçak Biletini Alırım	3.9030	.84074
	3.Sık Sık Kendimi Uçak Bilet Fiyatlarını Kontrol Ederken Bulurum	3.7861	.90293
Algılanan Fiyat Adaleti (Alt Boyutu)	1.Uçak Bileti İçin Ödemiş Olduğum Fiyat Adildir	2.7980	1.32092
	2.Uçak Bileti Fiyatı Akla Yatkındır	3.2832	1.05645
	3.Uçak Bileti Fiyatları Kabul Edilebilir Düzeydedir.	3.6970	.92222
Prosedür İle İlgili Fiyat Adaleti (Alt Boyutu)	1. Uçak Bileti Fiyatlamaya Süreçleri ve İşlemlerine Ait Fiyat Adildir	3.9525	.84381
	2.Uçak Bileti Fiyatlamaya Süreçleri ve İşlemleri Akla Yatkındır	3.9465	.83518
	3.Uçak Bileti Fiyatlamaya Süreçleri ve İşlemleri Kabul Edilebilir Düzeydedir.	4.0000	.85217
Yolcu Memnuniyet Ölçeği	1. Genellikle Aldığım Uçak Biletinin Fiyatından Memnunum	3.7703	.92727
	2. Genellikle Aldığım Uçak Biletinin Fiyatı İle İlgili Edindiğim Tecrübeden Memnunum	3.8416	.89235
	3. Genellikle Uçak Bileti Fiyatlarından Memnunum	3.3960	1.12757
	4. Genellikle Belirlenen Uçak Fiyatlarından Memnunum	3.4911	1.12353
Yolcu Sadakati Ölçeği	1. Uçak Bileti İçin Uygulanan Dinamik Fiyat Politikası İle İlgili Genel Olarak Olumlu Görüşteyim	3.6475	1.05340
	2. Uçak Bileti İçin Uygulanan Dinamik Fiyat Politikası İle İlgili Başkalarına Olumlu Görüş Bildirim	3.7881	.96807
	3. Çevremdeki Kişileri Uçak Biletleri İçin Uygulanan Dinamik Fiyat Politikası İle İlgili Satın Alım İçin Cesaretlendiririm	3.9683	.79868
	4. Gelecekte Uçak Bileti Satın Alımlarında Dinamik Fiyatın Uygulanması Tercihimi Değiştirmez	3.6752	1.02037
	5. Gelecek Dönemlerde Dinamik Fiyat Politikası İle İlgili Uçak Bileti Satın Alımını Avantaj Sağladığı İçin Tercih Ederim	3.3505	1.16918

Araştırma amacına uygun şekilde hazırlanan hipotez testlerinde korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin yön ve şiddetinin ne olduğunu belirlemek için yapılan korelasyon analizi “r” katsayısı ile ifade edilir. Korelasyon analizinde önem derecesi araştırmada baz alınan hata payından küçük olduğu görülürse ($p < 0,05$) değişkenler arasında bir ilişkinin varlığı anlaşılır. Korelasyon katsayısı “r” ise, -1 ile +1 arasında değer alır ve bu değer uç noktalara ne kadar yakınsa değişkenler arasındaki ilişkinin şiddeti o yönde arttığı anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Değerleri

		Dinamik Fiyat	Yolcu Memnuniyeti	Yolcu Sadakati
Dinamik Fiyat	r	1	.491**	.543**
	p		.000	.000
	N		505	505
Yolcu Memnuniyeti	r		1	.790**
	p			.000
	N			505
Yolcu Sadakati	r			1
	p			
	N			505
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Araştırma değişkenleri için yapılan korelasyon analizi sonuçlarının verildiği Tablo 4 incelendiğinde, önem derecelerinin yüzde beşten küçük olduğu ($p=0,000<0,05$) görülmekte ve değişkenler arası bir ilişkinin varlığı anlaşılmaktadır. Tabloda korelasyon katsayısı “r” değerleri incelendiğinde ise, değişkenler arasında orta şiddette pozitif yönde bir ilişkinin varlığı görülmektedir.

Bağımsız değişken ya da değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin ne olduğunu belirlemek için yapılan regresyon analizinde en çok kullanılan yöntemler genel olarak basit ve çoklu doğrusal regresyonu analizleridir. Araştırma amacına uygun hazırlanan hipotez testleri için hem basit hem de çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. Regresyon analizinde öncelikle önem derecesinin araştırma için baz alınan örneklem hata payından küçük olup olmadığına bakılmasıdır ($p<0,05$). Ardından değişkenler arasında çoklu doğrusallık olup olmadığının incelenmesi gerekir. Bunun için de VIF (Variance Inflation Factor - Varıans Enflasyon Faktörü) değerlerinin incelenmesi gerekir ve bu değer 10’dan küçük olması, değişkenler arasında çoklu doğrusallığın olmadığı kanaatini oluşturur. Hem önem derecesinin 0,05’ten küçük, hem de VIF değerlerinin 10’dan küçük olduğunun anlaşılması durumunda regresyon modelinin kurulmasında bir sakıncanın olmadığı söylenebilir.

Tablo 5: *Yolcu Memnuniyeti Değişkenine Ait Regresyon Analizi Değerleri*

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	R	R ²	F	p
1	Dinamik	,661	,236		2,796	,005	,491	,241	160,078	,000 ^b
	Fiyatlama	,801	,063	,491	12,652	,000				
<i>a. Bağımlı Değişken: Yolcu Memnuniyeti</i>										

Dinamik fiyatlama değişkeninin yolcu memnuniyeti ile ilişkisini ortaya koymak için yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarının verildiği Tablo 5'e göre, modelin açıklama gücü (R^2) 0,241 olarak hesaplanmıştır ($R=,491$; $R^2=,241$; $p<0,05$). Kurulan regresyon modelinde R^2 değeri, bağımlı değişken olan yolcu memnuniyeti değişkeninin %24,1'inin modeldeki bağımsız değişken olan dinamik fiyatlama değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablodaki değerlere göre $p<0,05$ olduğu için, istatistiksel olarak bağımsız değişkeninin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu durumda kurulan H_1 hipotezinin istatistiksel olarak reddedilemeyeceği anlaşılmaktadır.

Tablo 6: *Yolcu Sadakati Değişkenine Ait ANOVA Testi Sonuçları*

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Regresyon	193,138	2	96,569	477,117	,000 ^b
Artık	101,605	502	,202		
Toplam	294,743	504			
Bağımlı Değişken: Yolcu Sadakati					
Bağımsız Değişkenler: Dinamik Fiyat, Yolcu Memnuniyeti					

Tablo 7: *Yolcu Sadakati Değişkenine Ait Regresyon Analizi*

Bağımlı Değişken	Yolcu Sadakati			
Bağımsız Değişkenler	Beta	t değeri	p değeri	VIF
Dinamik Fiyatlama	,205	6,800	,000	1,318
Yolcu Memnuniyeti	,689	22,903	,000	1,318
$R=,809 - R^2=,655$				

Araştırma değişkenlerinden olan yolcu sadakati değişkeninin dinamik fiyat ve yolcu memnuniyeti değişkenleri ile ilişkisini ortaya koymak için çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve Tablo 6 ve Tablo 7'de gösterilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen önem derecesi değerlerinin yüzde beşten küçük ($p<0,05$) ve VIF değerlerinin 10'dan küçük oldukları görüldüğünden, ilgili değişkenler ile regresyon modelinin kurulmasında

bir sakıncanın olmadığı anlaşılmaktadır. Kurulan modelin açıklama gücü olan R^2 değeri 0,655 olarak hesaplanmıştır. Buna göre dinamik fiyatlama algısı ve yolcu memnuniyeti değişkenlerinin yolcu sadakati değişkeni ile ilişkisinin olduğu tablodaki değerlerden anlaşılmaktadır. Tablo 7’de ilgili bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme gücünü belirten β değerlerine göre, yolcu memnuniyeti değişkeni 0,689 ve dinamik fiyat algı ölçeği ise 0,205 değere sahiptir. Beta değerleri yorumlanacak olduğunda, yolcu memnuniyeti değişkenindeki bir birimlik artışın yolcu sadakati değişkeni üzerinde 0,689 artışa ve dinamik fiyat algısındaki bir birimlik artışın ise tek başına yolcu sadakati değişkeni üzerinde 0,205 artışa neden olacağı anlaşılmaktadır. Bu sonuçlardan, araştırma amacına uygun olarak hazırlanmış H_2 ve H_3 hipotezlerinin istatistiksel olarak reddedilemeyeceği anlaşılmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Türk havayolu şirketlerinin yolcu taşımacılığında uyguladığı dinamik fiyatlama yönteminin yolcu memnuniyeti ve yolcu sadakati açısından tartışmasının yapıldığı bu çalışmada, karma bir araştırma yöntemi izlenilmiş ve veri toplama yöntemi olarak ise anket kullanılmıştır. Araştırma evreni olarak ise Türk markası havayolu şirketleri ile iç hatlarda 2020 yılında uçuş yapan toplam 49.740.303 kişi seçilmiştir (DHMİ, 2021: 18). Veri toplama yöntemi olarak seçilen anket online ortama aktarılarak 20 günlük bir süreçte toplamda 505 araştırma için kullanılabilir geri dönüş sağlanılmıştır.

Elde edilen veriler ile araştırma amacına uygun olarak parametrik testlerden korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma değişkenleri için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre değişkenler arasında pozitif orta şiddette ilişkinin varlığı anlaşılmıştır. Bu sonuçtan yolcuların dinamik fiyat uygulamalarından aslında memnuniyet duydukları ve bunların da sadakatlerine pozitif etkisi olduğuna varılabilir. Bu sonucun arkasında ise dinamik fiyat uygulaması sayesinde yolcuların uçuş öncesi karşılaştırmalı olarak daha uygun fiyat ile uçak biletlerini satın alması düşünülmektedir.

Araştırma değişkenlerinin birbirleri üzerindeki etkisinin testi için ise basit ve çoklu doğrusal regresyon analizlerine başvurulmuştur. Elde edilen regresyon analizi sonuçlarına göre dinamik fiyatlama uygulamalarının yolcu memnuniyetine ve yolcu sadakatine etkisinin pozitif yönde olduğu görülmüştür. Ayrıca sağlanan yolcu memnuniyetinin de yolcu sadakatine pozitif etkisinin varlığı da yapılan regresyon analizi sonucundan elde edilmektedir. Bu sonuçlar literatürde benzer değişkenler ile yapılan araştırmaların sonuçları ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Kore’de mobil telefon kullanıcıları ile ilgili Kim vd. (2004) tarafından yapılmış bir

araştırmada müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerinde pozitif, anlamlı ve doğrudan bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır (Usta ve Memiş, 2009: 92). Bununla aynı doğrultuda literatürde yapılmış diğer bir araştırmada GSM sektöründe bulunan şirketler tarafından müşteri sadakati ile müşteri tatmini ve imaj incelemesi yapılmıştır. Bu araştırmanın sonucuna göre de müşteri tatmininin müşteri sadakatini daha yüksek oranda etkilediği ortaya koyulmuştur. Bu araştırma sonucunda da müşteri tatmini ile müşteri sadakati arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğu belirtilmektedir (Marangoz ve Akyıldız, 2007: 217). Yine literatürdeki bir diğer çalışmada da turizm sektöründeki müşteri sadakati ile müşteri memnuniyeti üzerlerinde doğrudan etkiye sahip faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma sonucunda da elde edilen sonuçlara istinaden müşteri memnuniyeti ile müşteri sadakati arasında pozitif istikamette doğrudan bir etki ve ilişkinin bulunduğu sonucu açıklanmıştır (Castillo Canalejo ve Jimber del Río, 2018: 439-441).

Araştırmadan elde edilen istatistiki sonuçlar ile bu alanda faaliyet gösteren firmalara, yolcuların ön planda tutulduğu bir yolcu taşıma fiyat yönetiminin uygulanmasının, yolcuların memnuniyetini ve sağlanacak memnuniyetin de yolcu sadakatini sağlayacağı öngörülüp tavsiye edilmektedir. Araştırma dar bir zaman aralığında ve sadece bir defaya mahsus uygulandığı için kısıt içermektedir. Ayrıca sadece yurt içi yolcu taşımacılığında uygulanan dinamik fiyat yönetimini konu aldığı için de sınır içermektedir. Bu alanda yapılacak gelecek akademik araştırmalarda, farklı zaman dilimlerinde de ve yurt dışı uçuşlar yapan yolcular için de anketin uygulanıp daha kapsamlı sonuçların elde edilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Ahadmotlaghi, E., & Pawar, P. (2012). Analysis of Crm Programs Practiced by Passengers' Airline Industry of India and Its Impact on Customer Satisfaction and Loyalty. *Researchers World*, 3(2 Part 2), 119.
- Ancarani, F. (2002). Pricing and the Internet: Frictionless Commerce or Pricer's Paradise?. *European Management Journal*, 20(6), 680-687.
- Andaleeb, S. S., & Conway, C. (2006). Customer Satisfaction in The Restaurant Industry: An Examination of The Transaction-Specific Model. *Journal Of Services Marketing*.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology & marketing*, 20(2): 123-138.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2000). Marketing: an Introduction. 5th ed., *Pren-tice Hall*.
- Bayuk, M., & Küçük, F. (2007). Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişki-si. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 285-292.
- Bove, L. L., Pervan, S. J., Beatty, S. E., & Shiu, E. (2009). Service Worker Role in Encouraging Customer Organizational Citizenship Behaviors. *Journal of Business Research*, 62(7), 698-705.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2008). The Role of Satisfaction and Website Usability in Developing Customer Loyalty and Positive Word-of Mouth in the E-Banking Services. *The International Journal of Bank Mar-keting*, 26, 399-417.
- Castillo Canalejo, A. M. ve Jimber del Río, J. A. (2018). Quality, Satisfaction and Loyalty Indices. *Journal of Place Management and Development*, 11(4), 428-446.
- Çatı, K., & Baydaş, A. (2008). Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi. *Asil Ya-yınları, Ankara*.
- Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri Sadakati İle Müşteri Tatmini Ara-sındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(19), 167-188.
- Chenavaz, R., Carrier, L. P., Etienne, L., & Paraschiv, C. (2011). Dynamic Pri-cing in Management Science. *Journal of Economics Studies and Resear-ch*, 2011, b1-16.
- Çınar, A. T. (2007). *İşletmelerde Müşteri Hizmeti ve Müşteri Memnuniyeti İle Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yö-nelik Uygulama* (Doctoral Dissertation, Adnan Menderes Üniversitesi).
- Çobanoğlu, E., & Baykal, B. (2013). Türk Otomotiv Sektöründe Kurumsal Mar-ka Kişiliğinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkileri. *Yöne-*

tim Dergisi: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, 24(74), 52-85.

Davids, M. (2007). Going Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty. *Debt3*, 22, 18.

Değermen, H. A. (2004). Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatının Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.

Deming, W. E. (1996). Krizden Çıkış, (Çev., Cem Akas), Arçelik A, Ş. *Dağıtım, İstanbul*.

Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. (2021). 2020 Havayolu Sektör Raporu. Ankara.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.

Donthu, N., & Gilliland, D. (1996). The Infomercial Shopper. *Journal of Advertising Research*, 36(2), 69-77.

Ehrenberg, A., & Goodhardt, G. (2001). New Brands: Near-Instant Loyalty. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 10(1), 9-16.

Fairhurst, P. (2001). E-CRM. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 8(2), 137-142.

Forza, C., & Filippini, R. (1998). TQM Impact on Quality Conformance and Customer Satisfaction: A Causal Model. *International Journal of Production Economics*, 55(1), 1-20.

Gerson, R. F. (1997). *Müşteri Tatmininde Süreklilik*. Rota Yayınları.

Hooper, P. (1997). Liberalising Competition in Domestic Airline Markets in Asia—The Problematic Interface Between Domestic and International Regulatory Policies. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 33(3), 197-209.

Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service Quality and Customer Satisfaction of A UAE-Based Airline: an Empirical Investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.

İlter, B. (2009). E-Perakendecilikde E-Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: İşletme Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 97-117.

Jacoby, J., & Kyner, D. B. (1973). Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 1-9.

Kalyoncuoğlu, S. (2017). Markaya Duyulan Güven ile Marka Sadakati İlişkisinde Marka Aşkının Aracılık Rolü: Starbucks Markası Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 383-402.

- Kang, E. (2015). *Consumers' Perceived Price Fairness and Unfairness Toward Price Increases During Hedonic vs. Utilitarian Situations* (Doctoral Dissertation, Purdue University).
- Kano, N. et al, (1996) "Attractive Quality and Must-Be Quality", *The Best on Quality*, 7, p.165.
- Karaman, F. (2020). Uçuş Maliyetleri Hesaplamalarında Bir Etken Olarak Yakıt. G. Gürçay (Ed.), *Anadolu Kongreleri, 5. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Kitabı* içinde (s. 842-848), 5. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulan bildiri, Diyarbakır: Ubak Yayınevi.
- Karslı, F. (2019). *Tüketicilerin Dinamik Fiyatlandırma Uygulamalarına Yönelik Adil Fiyat Algılarının ve Satın Alma Niyetlerinin Atfetme Teorisi Bağlamında İncelenmesi* (Doctoral Dissertation, Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mersin).
- Kim, W. G., Ng, C. Y. N., & Kim, Y. S. (2009). Influence of Institutional Dineserv on Customer Satisfaction, Return Intention, and Word-of-Mouth. *International Journal Of Hospitality Management*, 28(1), 10-17.
- Kipman, M. E. (2013). Online (Çevrimiçi) Alışveriş Sitelerinde E-Hizmet Kalitesi ve E-Hizmet Telfi Kalitesinin Elektronik Sadakat Üzerine Etkileri (Yayınlanmış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırkbir, F. (2007). *Türkiye'de Termal Turizm Pazarlamasında Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi* (Doctoral Dissertation, Karadeniz Teknik Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kleindl, B. A. (2003). Strategic Electronic Marketing: Managing e-business.
- Kondo, Y. (2001). Customer Satisfaction: How can I Measure It?. *Total Quality Management*, 12(7-8), 867-872.
- Korkmaz, S., Öztürk, S. A., Eser, Z., & Işın, F. B. (2009). *Pazarlama: Kavramlar-İlkeler-Kararlar*. Siyasal Kitabevi.
- Kotler, P. and Armstrong, G., (2009). Marketing: an Introduction. Upper Saddle River, Pearson Education, New York.
- Lam, A. Y., Cheung, R., & Lau, M. M. (2013). The Influence of Internet-Based Customer Relationship Management on Customer Loyalty. *Contemporary Management Research*, 9(4).
- Lin, H. H., & Wang, Y. S. (2006). An Examination of the Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts. *Information & Management*, 43(3), 271-282.
- Lin, K. Y. (2006). Dynamic Pricing with Real-Time Demand Learning. *European Journal of Operational Research*, 174(1), 522-538.
- Loehlin, J. C. (1992). Latent Variable Analysis, An Introduction to Factor, Path, and Structural Analysis.

- Marangoz, M., ve Akyıldız, M. (2007). Algılanan Şirket İmajı ve Müşteri Tatmininin Müşteri Sadakatine Etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 194-217.
- Markovic, S., & Horvat, J. (1999). Customer Satisfaction Measurement. *Ekonomski Fakultet Osijek, Sveučilište, Bratislava*.
- Martin, W. C., Ponder, N., & Lueg, J. E. (2009). Price fairness perceptions and customer loyalty in a retail context. *Journal of Business Research*, 62(6), 588-593.
- MEGEP, (2011). Dağıtım Maliyetleri ve Fiyatlandırma. http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/modul_pdf/840UH0030.pdf
- Mohammad, A. A. S., & Alhamadani, S. Y. M. (2011). Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan. *Middle Eastern Finance and Economics*, 14(1), 60-72.
- Monahan, G. E., Petruzzi, N. C., & Zhao, W. (2004). The Dynamic Pricing Problem from A Newsvendor's Perspective. *Manufacturing & Service Operations Management*, 6(1), 73-91.
- Oktay, E. M. İ. R., KILIÇ, G., & Pelit, E. (2010). Üç Yıldızlı Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 291-310.
- Narcı, M. T. (2021). Tüketicilerin Online Alışveriş Sitelerinden Memnuniyet Algılarının, Yeniden Satın Alma Niyetlerine ve Pozitif Ağızdan Ağıza İletişimlerine Etkisi: Hazır Gıda/Yemek Alışverişi Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(80), 1724-1734.
- Naumann, E. (1995). *Creating Customer Value: The Path to Sustainable Competitive Advantage*. South-Western Pub.
- Naumann, E., Jackson Jr, D. W., & Rosenbaum, M. S. (2001). How to Implement a Customer Satisfaction Program. *Business Horizons*, 44(1), 37-37.
- Ozguven, N. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama. *Ege Academic Review*, 8(2), 652-682.
- Önder, M., & Oktay, K. (2011). Fiyatlandırmada Etkili ve Güncel Bir Yaklaşım Olarak Müşteri Odaklı Fiyatlandırma Stratejisi Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 57-75.
- Özer, Ö. ve Günaydın, Y. (2010). Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(2):127-154.
- Pan, S. L., & Lee, J. N. (2003). Using e-CRM for a Unified View of the Customer. *Communications of the ACM*, 46(4), 95-99.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (2002). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 114.

- Pişgin, A., & Ateşoğlu, İ. (2015). Sağlık Kurumlarında Müşteri Memnuniyeti ve Değiştirme Maliyetlerinin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 251-271.
- PK Kannan, P. K. K. (2001). Dynamic Pricing on the Internet: Importance and Implications for Consumer Behavior. *International Journal of Electronic Commerce*, 5(3), 63-83.
- Rafiq, M., Fulford, H., & Lu, X. (2013). Building Customer Loyalty in Online Retailing: The Role of Relationship Quality. *Journal of Marketing Management*, 29(3-4), 494-517.
- Rao, A., Carr, L., Dambolena, I., Kopp, R. J., Martin, J., Rafii, F., & Schlesinger, P. F. (1996). Total Quality Management: A Cross Functional Perspective.
- Rohani, A., & Nazari, M. (2012). Impact of Dynamic Pricing Strategies on Consumer Behavior. *Journal of Management Research*, 4(4), 143-159.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Shields, J., & Shelleman, J. (2009). Development of a Revenue Management Checklist. *Small Business Institute Journal*, 3(1), 26300.
- Sibdari, S. Y. (2005). Essays in Revenue Management and Dynamic Pricing. *Doctor of Philosophy in Industrial and Systems Engineering. Virginia: the Faculty of Virginia Polytechnic Institute and State University*.
- Simon, C. C. A. M. (2007). *Dynamic Pricing with Demand Learning Under Competition* (Doctoral Dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2021). Faaliyet Raporu. Ankara.
- Taşkın, E., & Durmaz, Y. (2012). Lojistik Faaliyetler Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri. *Detay Yayıncılık, Ankara*.
- Sprague, J. C., Gopalakrishnan, K. N., & McItyre, B. E. (1992). Implementing Internal Quality Improvement with the House of Quality. *Quality Progress, USA*.
- Stuart, F. I., & Tax, S. (2004). Toward an Integrative Approach to Designing Service Experiences: Lessons Learned from the Theatre. *Journal of Operations Management*, 22(6), 609-627.
- Şenbabaoğlu E. (2016). E-Sadakat Oluşumunda E-Hizmet Kalitesi, E-Müşteri Tatmini ve E-Müşteri Değerinin Etkisi (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çankırı.
- Tabaku, E., & Çerri, S. (2015). An Empirical Investigation of Customer Loyalty in Telecommunication Industry in Albania. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1 S1), 224.

- Talluri, K. T., Van Ryzin, G., & Van Ryzin, G. (2004). *The Theory and Practice of Revenue Management* (Vol. 1). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Tepeci, M. (1999). Increasing Brand Loyalty in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı. (2020). *Havacılık ve Uzay Teknolojileri - Ulaşan ve Erişen Türkiye*. Ankara.
- Usta, R., ve Memiş, S. (2009). Hizmet Kalitesi ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatminin Aracılık Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 87-108.
- Vasigh, B. (2014). *Foundations of Airline Finance: Methodology and Practice*. Routledge.
- Yazgan, H. R., Candan, G., & Ataman, M. (2019). Talep Tahmini ve Dinamik Fiyatlandırma ile Havayolu Bilet Fiyatlarının Belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 732-742.
- Yeung, M. C., & Ennew, C. T. (2000). From Customer Satisfaction to Profitability. *Journal of Strategic Marketing*, 8(4), 313-326.
- Yıldırım, S. C. (2015). Havayolu Taşımacılığında Rekabet Unsurlarının Değişkenliği ve Hizmet İnovasyonu İle Müşteri Memnuniyetinin Artırılması: Yeni Bir “Mil + Süre Puanı” Uygulaması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 340-359.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Simon and Schuster.
- <https://www.eurocontrol.int/publication/eurocontrol-think-paper-15-2021-covid-19-impact-and-2022-outlook>, (Erişim 29 Eylül 2022).

“

Bölüm 9

ADİL FİYAT KAVRAMI: TEORİ VE EKONOMİ POLİTİK¹

Gizem MUSUL²

”

1 İngilizce’ den Türkçe’ ye aktarılan bu çalışmanın tam künyesi: Raymond de Roover, The Concept of the Just Price: Theory and Economic Policy. The Journal of Economic History, vol 18.No.4 (Dec., 1958) ss.418-434.Cambridge University Press.

2 Araştırma Görevlisi. Akdeniz Üniversitesi, Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü, Akdeniz Orta çağ Araştırmaları Anabilim Dalı, Antalya. gizemmusul@akdeniz.edu.tr/ ID:0000-0002-2719-3231

Pek çok iktisatçının görüşüne göre, adil fiyat, alım satım ve ekonomi hakkında bilgi sahibi olmayan ve piyasa mekanizmalarından habersiz din-dar rahipler tarafından ortaya atılan belirsiz bir kavramdır. Katolik olan ve olmayan bazı yazarların, bu peri masalını kabul etmek ve adil fiyatın, piyasanın sözde kör ve vicdansız güçleri tarafından belirlenmek yerine, arz ve talep unsurlarına bakılmaksızın veya en azından sınırsız rekabetin kötülüklerini ortadan kaldırmak amacıyla adalet kriterlerine göre belirlendiği fikrini yaymak için ellerinden geleni yaptıkları doğrudur.

Konuyla ilgili hemen hemen tüm kitaplarda (Ashley W. , 1920, s. Part II,391; Clark, 1939, s. 23-24; Cloughand & Cole, 1946, s. 31,68; Clune, 1943, s. 55; Tarde, 1907, s. 42-43) bulunan yaygın bir inanca göre, adil fiyat, orta çağ sosyal hiyerarşi kavramıyla bağlantılıydı ve üreticinin sosyal statüsüne uygun bir ölçekte yaşamasını ve ailesini geçindirmesini sağlayacak makul bir ücrete karşılık geliyordu. Bu doktrinin genellikle pratik uygulamasını lonca sisteminde bulduğu düşünülmektedir. Bu amaçla loncalar, haksız rekabeti önleyen, tüketicileri aldatma ve sömürüye karşı koruyan, lonca üyeleri için eşit fırsatlar yaratan ve onlara geleneksel standartlarda mütevazı ama insanca bir yaşam sağlayan sosyal yardım kuruluşları olarak gösterilir (Penty, 1939, s. 38-46). Bu pastoral görüşün ana savunucularından biri, loncaları en azından başlangıçta geçim ilkesine (Nahrungsprinzip) dayalı olarak ve üretimi, tekniği, kaliteyi ve fiyatları düzenleyerek bir geçim politikası izleyenler olarak tanımlayan Max Weber'dir (1864-1920) (Weber, 1981, s. 138-43). Bir başka Alman iktisatçı, Werner Sombart (1863-1941) daha da ileri gitmiştir: Ona göre, yalnızca orta çağ zanaatkarları değil, tüccarlar bile yalnızca sosyal konumlarına uygun bir geçim kaynağı elde etmeye çabaladılar; servet biriktirmeye ya da daha üst sosyal basamağa yükselmeye çalışmadılar. Werner Sombart bu tutumun, "tüm Orta Çağ'a hâkim olan" adil fiyat kavramından kaynaklandığını iddia etmektedir. Sombart, bu ifadeyi desteklemek için Langenstein Heinrich Elder'ın (1325-1397) yazılarına atıfta bulunur (Sombart, 1916, s. 292-93).

Bu bir ipucu. Gerçekten de Langenstein Heinrich, kamu makamlarının bir fiyat belirlemede başarısız olması durumunda, üreticinin bunu kendisinin belirleyebileceğini, ancak emeği ve masrafları için statüsünü korumasına yetecek miktardan daha fazlasını talep etmemesi gerektiğini belirtmektedir. (... per quanto res suas vendendo statum suum continuare possit) (Tractatus, s. Kap. 12; Rocha, 1933, s. 44). Ve eğer kendini zenginleştirmek veya makamını yükseltmek için daha fazlasını talep ederse, cimrilik yapmış olur. Sombart kesinlikle bu metne ilk atıfta bulunan kişi değildir. Keşfedebildiğim kadarıyla, ilk olarak 1874'te Wilhelm Roscher (1817-1894) tarafından da bahsedilmiştir (Roscher, 1874, s. 19-20). Hâkim önyargılara çok iyi uyduğu için, skolastik adil fiyat doktrininin ka-

rakteristik bir formülasyonu olarak kabul edildi ve Rudolf Kaulla (Kaulla, *Die Lehre vom Gerechten*, 1904, s. 598; Kaulla, *Theory of the Just Price: A Historical and Critical Study of the Problem of Economic Value*, 1940, s. 44), Sir William Ashley (Ashley S. W., 1874, s. 391-474), R. H. Tawney (H. Tawney, 1937, s. 41,42) ve Amintore Fanfani (Fanfani, 1933, s. 7) dahil olmak üzere öne çıkan yazarlar tarafından birbiri ardına kopyalandı. Dolayısıyla Langenstein'in metni muazzam bir etki yarattı. Geçimlik ücret teorisinin tarihsel gerekçesi olarak kullanıldı ve orta çağ loncalarını dirilterek modern sanayiciliğin kusurlu yanlarını iyileştirmeyi uman lonca sosyalizminin destekçileri tarafından yaygın bir geçerlilik kazandı. Langenstein, kurumsal devletin savunucusu olarak etki yarattı.

Aslında, Langenstein o kadar popülerdir ki, iktisat tarihçileri onun ifadesini genellikle adil fiyatla ilgili skolastik doktrinin tipik bir örneği olarak görürler (Dempsey, 1942, s. 250). Ona atfedilen bu önemin açıklamasının bir gerekçesi olup olmadığını çok sorguluyorum. Langenstein, orta çağ felsefesindeki etkili isimlerden biri değil, görece arka planda bir figürdü. Ustası Buridan (ö. 1358'den sonra) gibi o da bir nominalistti ve öğretileri sapkınlıkla lekelenmiş ve hem İskoçlar hem de Thomistler tarafından karşı çıkılan Ockhamlı William'ın (yaklaşık 1300-1349) takipçisiydi. Ockhamlı William'ın bir öğrencisi olarak Langenstein, skolastik düşüncenin ana akımının dışında durdu (Wulf, 1924, s. 191; Hoffner, *Statik un Dynamik in der Scholastischen Wirtschaftsethik*, 1955, s. 19-22). Felsefe için geçerli olan, ekonomi için de geçerlidir. Langenstein'in değer ve fiyat teorisi, Buridan'ınkinden ciddi ölçüde etkilenmiştir ve aynı zamanda Langenstein psikolojik ve bireysel faktörlerin fiyatın belirleyicisi olduğunu savunmuştur. Langenstein'in daha sonraki skolastik yazarlar tarafından nadiren alıntılandığını göreceyiz, bu da onun yazılarının fazla bir ağırlık taşımadığının kesin bir göstergesidir. Bununla birlikte, 1400'lerde önde gelen üniversitelerin (Viyana, Prag ve Krakov) nominalizmin kaleleri olan Orta ve Doğu Avrupa'da etkisi daha büyük olabilirdi. Langenstein'in, ekonomik sorunlar üzerine de yazan Matthew of Cracow (ö. 1397) gibi isimlere ilham vermiş olması oldukça olasıdır. Her halükârda, Langenstein'in bugün iktisat tarihçileri arasında sahip olduğu prestij, adil fiyat konusundaki beyanlarının tarih okulunun Alman iktisatçıları ve onların İngiliz takipçileri tarafından dolaşıma sokulmasından kaynaklanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, adil fiyatın genel kabul gören tanımının yanlış olduğunu ve konuyla ilgili skolastik görüşün yanlış yorumlanmasına dayandığını göstermektir. Uzmanların çoğuna göre, adil fiyat, üreticinin sosyal statüsü tarafından belirlenen üretim maliyetine karşılık gelmiyordu, ancak gizli anlaşma veya acil durumlarda, kamu yetkilileri, müdahale etme ve adil bir fiyat belirleme hakkına sahiptir çekincesiyle birlikte, sa-

dece cari piyasa fiyatını ifade ediyordu. Mevcut kafa karışıklığını gidermek için bu doktrinin özellikle loncalarla bağlantılı olarak politikaya nasıl çevrildiği de gösterilecektir.

Adil fiyat skolastik doktrininin başlangıcında, temel metinlerden biri, Fransa Kralı Karloman tarafından 884'te yayınlanan (Karloman, 1892, s. 375), ancak Raymond of Pennaforte (1180-1278) tarafından kanon hukukuna dahil edilen kapitular (kilise meclisi ile ilgili yasa) Placuit'tir (Placuit, s. 17). Bu kanon, kilise rahiplerinin, tüccarlardan yerel pazarda elde edilebilecek fiyattan daha fazlasını talep etmemeleri için cemaatlerini uyarmaları gerektiğini belirtir (quamin mercato lenders possint). Aksi takdirde, tüccarlar, daha sonra “insanlık” için bir fiyat belirlemesi gereken rahipten şikâyet edebilirler. Bu metin bana öyle geliyor ki, adil fiyatı açıkça piyasa fiyatıyla eşitliyor ve farklı bir tartışmaya kapalı hale getirmektedir.

Albertus Magnus'un (1193-1280) ve özellikle Thomas Aquinas'ın (1226-1274) eserlerinde, fiyatla ilgili pasajlar o kadar dağınık ve görünüşte o kadar çelişkilidir ki, farklı yorumlamalara sebep olmuştur. Hatta bazı yazarlar, yalnızca tezlerine uygun pasajları seçerek, Albertus Magnus ve Thomas Aquinas'ın bir emek değer teorisine sahip oldukları ve Karl Marx'ı (1818-1883) ima ettikleri sonucuna bile varmışlardır (Hagenauer, 1931, s. 36). Bu yazarlar, görüşlerini kanıtlamak için esas olarak iki ilahiyatçının Aristoteles'in Nikomakhos'a Etik adlı eseri hakkındaki yorumlarını kullandılar; burada mübadeleye ya da sözleşmeye dayalı adalet, alınan ve verilen arasında katı bir denklik gerektirir ve bu kuralı ihlal eden herhangi bir mübadele adil değildir. Bu daha sonra Marksçı bir anlamda, fiyatın adil olması için her zaman maliyete karşılık gelmesi gerektiği şeklinde yorumlanır; bu, Orta Çağ'da esas olarak emek maliyetiydi (Aquinas, *Commentaria X Libros Ethicorum ad Nicomachum*, Liber V). Sorun şu ki, böyle bir açıklama, Albertus Magnus ve Thomas Aquinas tarafından başka yerlerde yapılan ifadelerle çelişiyor. Üstelik söz konusu metinler, tutarsızlıkları ortadan kaldıracak başka bir yoruma da açıktır. Aristoteles üzerine yorumlarında hem Albertus hem de Aquinas, üretici ürününün satışından yaptığı harcamaları karşılamazsa, sanat ve zanaatın yok olmaya mahkûm olacağı konusunda ısrar etmişlerdir (Aquinas, *Commentaria X Libros Ethicorum ad Nicomachum*, Liber V; Magnus, *Opera Omnia*, Liber V). Başka bir deyişle, piyasa fiyatı kalıcı olarak maliyetin altına düşemez. Eğer öyleyse, bir çelişki yoktur, çünkü o zaman piyasa fiyatı maliyetle örtüşme eğiliminde olacaktır veya bu nokta etrafında bir sarkacın salınması gibi salınacaktır. Ayrıca Thomas Aquinas, adil fiyatın kesin olarak belirlenemeyeceğinin, ancak belirli bir aralıkta değişebileceğinin ve böylece küçük sapmaların herhangi bir adaletsizliği içermediğini savunmaktadır (Aquinas, *Early Economic Thought*, 1948, s. 56). Bu ikinci

yorum, elbette, Marksist diyalektik ile uyumlu değildir; ancak klasik ve neoklasik ekonomik analizlerle uyumludur. Aynı zamanda skolastik düşünce'nin sonraki gelişimiyle de uyumludur. Bu muğlak pasajların anlamı ne olursa olsun, Albertus Magnus ve Thomas Aquinas, kendi fikirlerini beyan ettikleri ve Aristoteles'inkini aydınlatmaya çalışmadıkları diğer eserlerinde daha az analitik olsa da daha açıklayıcıdır. Albertus Magnus, Peter Lombard'ın cümleleri üzerine yaptığı yorumlarında, adil fiyatı şu şekilde tanımlar: Satış anında pazarın tahminine göre (*secundum aestimationem fori*) hangi malın değeri vardır? (Magnus, *Opera Omnia*, 1894, s. 638; Kraus, 1930). Thomas Aquinas konuyu hiçbir yerde bu kadar net bir şekilde ortaya koymaz, ancak kıtlığın olduğu bir ülkeye buğday getiren bir tüccarın hikayesini anlatır. Bu tüccar, diye sorar Aquinas, buğdayını geçerli fiyattan satabilir mi (*pretium quod invenit*) yoksa taze erzak geldiğini duyurarak fiyatın düşmesine mi neden olmalı? Cevap, adalet kurallarını ihlal etmeden buğdayını cari fiyattan satabileceğidir, ancak Aquinas, alıcılara bu gerçekliği bildirerek daha erdemli davranacağını ekler. Kanaatimce bu pasaj, Aquinas'ı Marksist yapmaya çalışanların tezini bir çırpıda yerle bir etmekte ve onun piyasa fiyatını adil bulduğunu şüpheye yer bırakmayacak şekilde kanıtlamaktadır (Aquinas, *Summa Theologica*, 77; Saporì, 1955, s. 279). Üstelik bu yorum, *Summa Theologica*'nın etkili yorumcusu olan Kardinal Cajetan'ın (1468-1534) yorumuna uygundur. Satış sözleşmesiyle ilgili bölümünde (77 *secunda secundae*) Aquinas adil fiyatın “belirli bir zamanda, herkesin bildiği varsayılarak ve herhangi bir dolandırıcılık ve zorlama olmaksızın alıcılardan alınabilecek olan fiyat” olduğu sonucuna varır (Aquinas, *Summa Theologica*, 77; Watt, 1930, s. 69). Aquinas daha sonra piyasa mekanizmasını tanımlamaya ve talep veya arzdaki değişikliklere tepki olarak fiyatların nasıl yükseldiğini veya düştüğünü göstermeye devam ediyor. Thomas Aquinas'ın adalet ölçütü olarak piyasa değerlemesinden çok üretim maliyetini tercih ettiğini söyleyenler, daha sonraki skolastiklerin yükselen kapitalizmin baskısına boyun eğerek onun doktrini'ni bu açıdan değiştirdiklerini iddia etmişlerdir (Tarde, 1907, s. 51-52; H. Tawney, 1937, s. 40). Ancak Aquinas, maliyet yerine piyasa değerlendirmesini desteklediğinden, herhangi bir değişiklik olmamıştır; fakat, ekonomik gelişme yeni sorunlar ortaya çıkardıkça ve tartışma önceki analizlerdeki kusurları ortaya çıkardıkça, detaylandırma ve iyileştirmeyi içeren sürekli bir gelenek olduğu doğrudur.

En değerli katkılar, Orta Çağ'ın belki de en önemli iktisatçısı olan Bernardino of Siena (1380-1444) tarafından yapılmıştır. Genelde John Duns Scotus'un takipçisi olmasına rağmen, Siena adil fiyat konusunda Thomist görüşü benimsemiştir. San Bernardino'ya göre fiyat, asosyal bir olgudur ve bireylerin keyfi kararlarıyla değil; topluluk tarafından belirlenir (Accursius, 35,2.). Peki nasıl? İki olasılık vardır: Bir malın fiyatı ya

kamu makamları tarafından kamu yararı için belirlenebilir ya da piyasada o anda varılan tahmine göre belirlenebilir (*secundum aestimationem fori occurrentis*) (Siena, 1956, s. 157-158,197; Hunermann, 1939, s. 80). Birincisi yasal fiyat; ikincisi daha sonra doğal fiyat olarak adlandırılır. San Bernardino, Henricus Hostiensis'ten (ö. 1271) alıntı yaparak, piyasa fiyatının üretici tarafından kabul edilmesi gerektiğini ve üretici kazansın veya kaybetsin, maliyetin altında veya üstünde olsun, fiyatın adil olması gerektiğini vurgular (Siena, 1956, s. 5; Fanfani, 1933, s. 13). Bu nokta, Dominik rahibi Tommaso Buoninsegni (ö. 1609) tarafından daha da detaylandırıldı. Buoninsegni, yasal mübadele konusundaki incelemesinde, adil fiyatın dereceleri olmadığına işaret ediyor, çünkü alıcılar, iyi bilgilendirilirlerse, genellikle tüm bir satış pazarında oldukları gibi, mevcut fiyattan daha fazlasını ödemeyecekler. (Buoninsegni, 1588, s. 1-2) Başka bir deyişle, aynı mal için aynı piyasada yalnızca bir fiyat olabilir.

On altıncı yüzyıla gelindiğinde, skolastiklerin çoğu, adil fiyatın ya kanunla belirlendiği ya da ortak tahminle belirlendiği konusunda hemfikir idi. Bu ifadenin anlamı hakkında bazı tartışmalar olmuştur, ancak iki ifade skolastikler tarafından birbirinin yerine kullanıldığından, *aestimatio fori* veya piyasa değerlemesi ile özdeş görünmektedir (Roover, Joseph A. Schumpeter and Scholastic Economics, 1957, s. 133-4).

Muhallifler, John Mayor (1469-1550), başka bir İskoç ve Johannes Consobrinus veya bir süre İngiltere'de öğretmenlik yapan Portekizli Jodo Sobrinho (ö. 1486) gibi John Duns Scotus'un (1265-1308) yalnızca birkaç takipçisiydi (Scotus, Opera Omnia, 1894, s. 318; Amzalak, 1945, s. 257). Ustaları gibi onlar da adil fiyatın, normal kâr ve riskin telafisi dahil olmak üzere maliyete karşılık geldiğini ileri sürdüler. Langenstein'in aksine, sosyal statü konusunda endişelenmiyorlardı.

Duns Scotus'un teorisi, büyük hukukçu Francisco de Vitoria'nın (yaklaşık 1480-1546) kurucusu olduğu Salamanca Okulu tarafından asılsız olmakla itham edildi. Mevcut piyasa fiyatının adaletine her zamankinden daha fazla vurgu yapıldı. İstisnasız Vitoria ve müritleri, işçilik maliyetleri, giderler veya maruz kalınan riskler dikkate alınmaksızın yalnızca arz ve talebe dikkat edilmesi konusunda ısrar ediyor; verimsiz üreticiler veya spekülörler yetersizliklerinin, kötü şanslarının veya yanlış tahminlerinin sonuçlarına katlanması gerektiğini savunmaktadır (Grice-Hutchinson, 1952, s. 48,72,81,82,86; Schumpeter, 1954, s. 98-99; Roover, Joseph A. Schumpeter and Scholastic Economics, 1957, s. 16).

Adil fiyat konusundaki tüm tartışma, rekabetçi koşulların varlığını varsaysa da "rekabet" kelimesinin, Luis de Molina (1535-1601) tarafından kullanıldığı on altıncı yüzyılın sonuna kadar skolastik incelemelerde hiç geçmemesi gariptir. Molina, açık bir piyasada fiyat oluşumunu tar-

tışırken, “alıcılar arasındaki rekabet hırslarının fiyatların artmasına neden olurken, alıcıların azlığının onları aşağı çekeceğini” belirtir (Molina, 1592). İspanyol okulu, paranın miktar teorisini ve fiyatların “genel olarak” para dolaşımının genişlemesine veya daralmasına tepki olarak yükseleceği veya düşeceği önermesini doğal olarak kabul etmiştir (Gricce-Hutchinson, 1952, s. 51-52,95,113).

Skolastik doktrine göre, serbest piyasa sistemli bir biçimde işlemediğinde, piyasalarda düzen bozulduğunda, kamu otoritelerinin fiyat düzenlemesi yoluyla piyasalara müdahale etme hakkı ve görevi vardı. Yasal bir fiyat olduğunda, piyasa fiyatının yerini aldı ve düzenlemelerin açıkça güncelliğini yitirmediği veya yetkililerin uygulama girişiminde bulunmadığı açık bir şekilde itaatsizlik edilmediği sürece bağlayıcıydı (Liguori, III). Başka bir deyişle, ahlakçılar, fiyatları etkili kılmak için hiçbir şey yapılmazsa, kararnamelerle fiyatları belirlemenin yararsız olduğunu çok iyi anladılar.

Bu konunun tartışılması on dördüncü yüzyıla kadar başlamaz ve fiyat sabitlemenin ilk savunucularından biri, bir dönem Paris Üniversitesi rektörü olan Fransız Jean Gerson (1362-1428) idi. Jean Gerson hiç kimsenin yasa koyucudan daha akıllı olmaya kalkışmaması gerektiği gerekçesiyle, fiyat belirlemenin tüm malları kapsayacak şekilde genişletilmesini önerdi (Gerson, s. 19). Bununla birlikte, tüm planın pratik olmadığı ortaya çıktı, bu öneri çok az destekçi buldu. Aslında, orta çağ fiyat düzenlemesi genellikle buğday, ekmek, et, şarap ve bira gibi yalnızca birkaç temel gereksinimi kapsıyordu. Yasal fiyatlar genellikle tavan fiyatlardı. Ancak, oran satıcı lehine belirlenirse, alıcıyı zarara uğratmayacak minimum değerler olabilir (Lessius, 1606, s. 13). Skolastiklerin bir zayıflığı, yalnızca ilkeleri ortaya koymakla ilgilenmeleri ve ilahiyatçıları değil, “politikacıları” ilgilendirdiğini iddia ettikleri pratik güçlükleri görmezden gelme eğiliminde olmalarıydı. Daha çok Navarrus olarak bilinen Martin Azpilcueta (1493-1587), adil fiyat konusunda aşırı bir pozisyon aldı ve bolluk zamanlarında gereksiz, kıtlık zamanlarında ise etkisiz veya zararlı olduğu için tüm fiyat düzenlemelerine karşı çıktı (Lugo, 1893, s. 337). Aralarında Molina’nın da bulunduğu birkaç kişi de fiyat düzenlemesine aynı hoşnutsuzlukla yaklaşmıştır.

Skolastik doktrin rekabeti desteklediğinden, her türlü fiyat ayrımcılığının kınanması anlamlıdır. Daha on üçüncü yüzyılda hem Thomas Aquinas hem de John Duns Scotus, bir satıcının malları bir alıcı tarafından büyük ölçüde istendiği için daha pahalıya satmasına izin verilmediği kuralını formüle ettiler (Aquinas, *Summa Theologica*, 77; Scotus, *Quaestiones*, Lib.IV; Monroe, 1885, s. 55). Siena’lı San Bernardino’da, yukarıda bahsedilen Placuit kanonuna atıfta bulunarak, fiyatın herkes için aynı olması gerektiği ve kimsenin yabancılardan yerel müşterilerden daha fazla

ücret almasına veya bir avantajdan yararlanmasına izin verilmemesi gerektiği noktasını vurgulayan bir ifadede bulunur (Siena, 1956, s. 148-149; Fanfani, 1933, s. 110). Bazı yazarlar, Placuit yerine, Digest'ten, satıcının bir alıcının belirli bir eşyaya yönelik sevgisini veya arzusunu istismar edemeyeceğini söyleyen bir metinden alıntı yapar; bu nedenle, skolastik literatürde ayrımcı bir fiyatı ifade eden *pretium affectionis* ifadesi buradan kaynak bulmaktadır (Civilis, s. 63). Her halükârda, fiyat ayrımcılığının etik olmayan niteliği konusunda herhangi bir anlaşmazlık yoktu.

Skolastikler, ilahiyatçılar ve hukukçular da tekelin zararlı, kamu yararına düşman bir uygulama olduğu konusunda hemfikirdi. Monopol piyasalar (tekel), fiyatları rekabetçi seviyenin üstünde ya da altında tutmak veya düşürmek için oluşturulan herhangi bir anlaşma veya halkayı içerecek şekilde geniş bir ölçekte tanımlamıştır. Sonuç olarak, bu kavram bugün tekel, oligopol ve diğer tekeli uygulamalar olarak adlandırılan şeyi içeriyordu (Siena, 1956, s. 5; Hoffner, Wirtschaftsethik und Monopole im 15. und 16. Jahrhundert, 1941, s. 53,135-56). Konuyla ilgili belki de en iyi inceleme, Belçikalı Cizvit Leonardus Lessius'un (1554-1623) yazılarında bulunur. Lessius tüm tekellerin her yerde bulunmadığını ve bir prensin, geçerli nedenleri varsa, özel ayrıcalıklar tanıyabileceğini kabul ediyor. Bununla birlikte, daha sonra, muhtemelen bugün kamu hizmeti komisyonlarının yaptığı gibi, çelişen kriterler arasında bir uzlaşma sağlayarak, maliyet, risk ve piyasa koşulları gibi ilgili tüm koşulları (spectatio termstancii omnibus) dikkate alarak adil bir fiyat belirlenmesi gerektiğini savunmaktadır (Lessius, 1606, s. 148). Kanımca, antitröst yasalarının (tekelcilik karşıtı yasalar) komplo fikrinin skolastik emsallere kadar uzandığına ve köklerinin orta çağa ait adil fiyat kavramına dayandığına hiç şüphe yoktur (Schumpeter, 1954, s. 154-55; L.Letwin, 1953, s. 355-61; Hoover, Monopoly Theory Prior to Adam Smith, 1915, s. 501-502,507).

Piyasa fiyatı doktrini, tabii ki, rekabetin, David Ricardo'nun deyişiyle, hiçbir kısıtlama olmadan işlediği temel ürünler için geçerliydi. Skolastikler ayrıca safkan köpekler, cennet kuşları, nadir resimler, zengin duvar halıları ve benzerleri gibi düzenli bir piyasası olmayan lükslerin durumunu da tartıştılar. Bu konuda araştırmacılar bir anlaşmaya varamadı. Francisco de Vitoria gibi bazı skolastikler, bu tür ürünlerin satıcısının, bilinçli bir alıcının ödemeyi teklif ettiği şeyi, tabii ki hiçbir sahtekarlık, aldatma veya zorlama olmaması koşuluyla kabul edebileceğini ilan etti (Iparraguirre, 1957, s. 59-65). Lessius gibi diğerleri ise bu tür eşyaların fiyatının uzmanlar tarafından belirlenmesi gerektiğini ileri sürdüler (ex judicio intelligentis mercatoris) (Lessius, 1606, s. 15-16). Angelo Carletti da Chivasso (ö. 1495) bir kural koymayı zor bulmuş, ancak satıcının kıtlık, sorun ve risk gibi ilgili gerçekleri göz önünde bulundurarak fiyatı dürüstçe belirlemesi gerektiğini ileri sürmektedir (Chivasso, 1593, s. 5).

Dolayısıyla, reformasyonun çok az değişiklik yarattığını ve Max Weber'e rağmen Protestan ilahiyatçıların, skolastik doktrini en ufak bir değişiklik yapmadan adil fiyat üzerine açıklamaya devam ettiklerini eklemek gerekir. Örneğin, Püriten vaiz Richard Baxter'ın (1615-1691) kanunla belirlenmiş bir oranın yokluğunda adil fiyatın piyasa fiyatı olduğundan bahsettiği için neden kapitalizmin baş rahibesi olmakla suçlanması gerektiğini anlamlı bulmuyorum (Robertson, 1933, s. 17). Adil fiyat doktrini, Püriten bakanlar tarafından Amerika kıyılarına getirildi. Doktrinlerinin bir örneği olarak, yalnızca Peder John Cotton (1584-1642) tarafından önerilen beş ticaret kuralından bahsedeceğim (Gras & Larson, 1939, s. 59; H.Tawney, 1937, s. 128-30; Johnson, 1932, s. 123-30). Bu beş kural skolastik doktrinden yalnızca bir noktada ayrılırlar: Şöyle ki, Orta çağ uzmanları, kredili satışlarda fiyat artışlarını onaylamadılar, çünkü bu tür uygulamalar gizli tefecilik içeriyordu.

Adil fiyat doktrininin pratik uygulaması hakkında birkaç söz söylenmelidir. Adil fiyat politikaya nasıl tercüme edildi? Ve bu politika, onun teorik varsayımlarıyla tutarlı mıydı? Belki de yetkililer kararsız bir yol izlediler ve bir yanda rekabetin dayatılması ile diğer yanda tekelin korunması arasında gidip geldiler. Orta Çağ'da ekonomi politikasının uygulanması, münhasıran olmasa da büyük ölçüde şehirlerin, kasabaların ve ilçelerin belediye yetkililerine bağlıydı. Bu özellikle İtalyan şehir devletleri ve Almanya'daki yarı bağımsız Reichsstidte için geçerlidir. Ancak İngiltere ve Fransa'da kraliyet hükümeti egemenlik haklarından tamamen vazgeçmemişti ve otoritesini savunmak için çoğu zaman ekonomik ve toplumsal çatışmalardan yararlanıyordu. Bununla birlikte, bu iki monarşide bile kasabalar, ana politika yapıcı kurumlardı. Taşradan getirdikleri gıda maddeleri konusunda bir politika, surların içinde yapılan mamul ürünler konusunda ise farklı bir politika izlediler. Bu nedenle, John M. Clark'ın sözleriyle, "kasaba halkının satın aldığı ürünlerde rekabeti zorlamayı amaçlayan kasaba kökenli yasalar vardı, oysa lonca düzenlemeleri onların sattığı şeylerdeki rekabeti sınırlayıp kontrol ediyordu (Clark, 1939, s. 23). Bu aşırı basitleştirme olsa da büyük ölçüde gerçek içerir. Bununla birlikte, gerçeklerin, genel ifadelerde bulunurken kolayca gözden kaçan karmaşıklıklar içerdiğini unutmamak gerekir.

Ürünlerle ilgili olarak, kasaba politikasının amacı çok basit bir şekilde bol miktarda ürünü mümkün olduğu kadar ucuza sağlamaktı. Bu amaçla, rekabetin uygulanmasına güvenildi ve çevre ilçenin köylüleri, ürünlerini pazara getirmeye ve onları doğrudan tüketiciye satmaya teşvik edildi ve hatta gerektiğinde zorlandı, böylece tüm araçlar, seyyar satıcılar veya komisyoncular aradan çıkarılmış oldu (Pirenne, *Les villes et les Institutions Urbaines*, 1939, s. 196-99; Fourquin, 1951, s. 532-34). Hans van Werveke'nin doğru bir şekilde işaret ettiği gibi, bu tedarik politikası

(politique de ravtaillage) Sicilya'dan İngiltere'ye kadar tüm Batı Avrupa'da uygulandı. Stok biriktirmeye, arzın pazara ulaşmasını engellemeye veya fiyatları yükseltmek için köşeler oluşturmaya çalışan stokçular (accapareurs), ürünün pazara ulaşmasını engelleyen tekeller (recoupeurs) ve komisyoncular (regrattiers) aleyhine her yerde önlemler alındı (Schneider, 1955, s. 432-33). Orta çağ kayıtları, yakalanan, mahkemeye sürüklenen ve para cezasına çarptırılan ya da teşhir edilmek üzere cezalandırılan piyasa bozucular ve hırsızlara yapılan atıflarla doludur (Salzman, 1923, s. 314). Bu sadece İngiltere için değil; kıta Avrupası için de geçerlidir. Laik mahkemelerde mahkûmiyetten kurtulanlar, hâlâ vicdani olarak cezalandırılıyordu; kanon yasasına göre, tekeller, tefecilik gibi, tazmin konusu olan *turpe lucrum*'du. Orta Çağ'ı ele alırken, bir zorlama aracı olarak günah çıkartmayı göz ardı etmek ağır bir hata olur.

Ne yazık ki, mahsul kıtlıkları, özellikle tahıl söz konusu olduğunda, tekrarlayan bir sorun yarattı, çünkü ekmek temel gıdaydı ve uygun bir ikame maddesi yoktu. Hububat talebi oldukça esnek olmadığı için, kıtlık durumunda fiyatlar inanılmaz seviyelere çıktı (Verlinden, J.Craeybeck, & E.Scholliers, 1955, s. 173-98). Bu koşullar altında, rekabetin otomatik işleyişine güvenmek aptallık olurdu. Kıtlığın yol açtığı isyanları ve kitlesel açlığı önlemek için yetkililer düzenlemeye başvurmak zorunda kaldı ve zorluklar burada başladı. Skolastik yazarlar, kamu otoritelerinin her şeyi bilmesi, dürüstlüğü ve etkinliği konusunda büyük bir yanılgı içindeydi. Fiyat düzenlemesinin tarihi yazılacak, ancak bunun bir acıklı hikâye olduğunu biliyoruz (Peyer, 1950; Rundstedt, 1930; Klaiber, 1927). İyi organize edilmiş bir tahsisat ve adil fiyatın belirlenmesi yönündeki bir sistemin yokluğunda, fiyat kontrollerinin çökmesi kaçınılmazdı ve 1800'den önceki yönetimlerinin genellikle gelişigüzel, rahatsız edici, verimsiz ve keyfi olması şaşırtıcı değildir. Tüm Avrupa'da yaygın olan kaba bir fiyat belirleme biçimi, ekmeğin fiyatını dondurmak ama somunun boyutunu ekmeklik maddelerin fiyatına göre değiştirmektir (Klaiber, 1927, s. 62; Ashley S. W., 1874, s. 188-89; Peyer, 1950, s. 145). İkincisi arttıkça, bir veya iki kuruşluk ekmek gramaj olarak giderek küçüldü. Fiyat tespiti genellikle işleri iyileştirmek yerine daha da kötüleştirdi ve kaçınılmaz olarak bir karaborsanın ortaya çıkmasına ve mevcut hisse senetlerinin geniş çapta gizlenmesine yol açtı. Daha başarılı bir yöntem, erzakları halka açık tahıl ambarlarında depolamak ve kıtlık anında bunları yoksullara piyasa fiyatının altında satmaktır (Bruder, 1909, s. 3). Ne yazık ki, bu tür tahıl ambarlarının oluşturulması, Prusya devleti tarafından benimsendiği 18. yüzyıla kadar düzenli bir politika haline gelmedi (Roover, Monopoly Theory Prior to Adam Smith, 1915, s. 520; Hamilton, 1950, s. 249). Diğer bir çare de kamu fonlarını yurtdışından alımlar için ayırmak ve ithal edilen tahılı yerel pazarda zararına satmaktır. Sonuç genellikle durumu rahatlat-

mak, geçerli fiyatları düşürmek ve hisse senetlerini saklandığı yerden çıkarmaktı. Pek çok durumda paniğe kapılan yetkililer, yalnızca isyanlar korkusuyla harekete geçirildi ve ardından hisse senetlerine el koymaya ve küçük suçlular arasında günah keçisi bulmaya başladı (Fiumi, 1956, s. 58).

Kamu yetkilileri, tüm verimsizliklerine rağmen, muhtemelen daha kötü sorunlardan kaçınmakta bir dereceye kadar başarı elde ettiler. Sorunun rekabetin serbest işleyişine güvenerek çözülebilecek bir sorun olmadığına inanıyorum. İspanyol ekolünün ilahiyatçıları, temel ihtiyaç maddelerinin kritik kıtlığı yaşandığı zamanlarda denetimlerin kaldırılmasının en iyi çözüm olduğunu varsaymakla kuşkusuz fazla iyimserdi. İki dünya savaşı deneyiminin gösterdiği gibi, talep makul fiyatlarla mevcut arzı büyük ölçüde aştığında, denetleme mekanizmasının oluşturulması kaçınılmaz bir önlemdir.

Skolastik yazarlar, kapsamlı incelemelerinde loncalardan nadiren söz ederler, ancak bunu yapmalarındaki amaç, onları insani geçim politikaları için övmek değil; tekelci uygulamaları için suçlamak içindir. Bu nedenle, San Antonino (1389-1459), Floransa'daki kumaşçıları işçilerine değeri düşük madeni paralarla ödeme yapmakla suçlamaktadır (Aquinas, *Summa Theologica*, 77; Pirenne, *Histoire de Belgique*, 1929, s. 282). İngiltere'de John Wycliffe (yaklaşık 1324-1384), masonları ve diğer zanaatkarları, hak ettikleri ücretten daha fazlasını istemek ve diğer insanları ezmek için "komplo kurdukları" için lanetler (Wycliffe, 1817, s. 333; H.Tawney, 1937, s. 27,293). İmparator Sigismond'un Reformasyonu'nda (1437) loncalara aynı ölçüde bir karşı çıkış söz konusudur; halkı sömürmek için kasaba yönetimleri üzerindeki kontrollerini kötüye kullandıkları için tüm loncaların ortadan kaldırılacağı vurgulanmaktadır (Ross & McLaughlin, 1949, s. 314-15).

Tekel, lonca sisteminin özüyü (H.Tawney, 1937, s. 27; Coornaert, 1941, s. 265). Bu ifade, esas olarak, küçük bağımsız ustaların dernekleri olan zanaat loncaları için geçerlidir. Fiyatları tüketici pahasına sabitlemek için genellikle gizli anlaşmalara girdiler. Bununla birlikte, daha az yaygın olan ve esas olarak tekstil endüstrisinde bulunan başka bir tür lonca vardı. Bağımsız kişilerden oluşmak yerine, bu lonca kendilerini işverenlerinin sömürüsüne karşı korumak ve daha iyi ücret elde etmek için ücret karşılığında çalışan ve bir araya gelen dokumacılar, boyacılar, dolgucular gibi zanaatkarlardan oluşuyordu. Hatta söz konusu loncalar grev örgütleyecek kadar ileri gitmişlerdir. Bu ikinci tür, modern işçi sendikasına daha çok benziyordu. Bu iki tür lonca arasında ayırım yapmak önemlidir (Rodolico, 1905, s. 95). İster efendiler ister işçiler olsun, herhangi bir ittifaka sıcak bakmayan skolastikler tarafından böyle bir ayırım yapılmadı. Örneğin

Molina, her ikisini de ayırım gözetmeksizin ortak refaha zararlı olmakla suçluyor.

Karışıklığı önlemek için, önce fırıncılar, kasaplar, ayakkabıcılar vb. gibi bağımsız zanaatkarlardan oluşan sıradan zanaat loncalarıyla ilgilenmek yerinde olacaktır. Bu tür loncaların, üyelerinin iyi bir yaşam standardına ulaşmasını sağlamak için sözde fiyatlar belirledikleri sıklıkla iddia edilir (Clune, 1943, s. 56; Lütge, 1941, s. 162-202). Pek çok durumda bunu yaptıkları inkâr edilemez, ancak loncalar tarafından belirlenen oranlar resmi onay almadıkça, bu tür bir eylemin suiistimal anlamına geleceği vurgulanmalıdır (Unwin, 1909, s. 92; Clapham, 1951, s. 132).

Skolastik doktrine göre fiyatların belirlenmesi kamu yetkililerine emanet edilmişti, ancak bu işlevin loncalar gibi özel çıkarlara devredildiğini görmedim. Bu konuda pratik teoriye karşılık geliyordu. En azından İngiltere’de yasa, loncaların “kendi tekil kârları için ve halkı zarara uğratacak” bir fiyat belirlemesini yasakladı; özellikle mağdurların bu amaçla “konfederasyonlar” kurmalarına izin verilmedi. Bölgesel prensler kasabalar üzerinde bir miktar denetime sahip oldukları sürece, aynı kural Almanya’da da geçerliydi (Kelter, *Die Wirtschaftsgesinnung des mittelalterlichen Zünftlers.*, 1932, s. 762). Böylece, Köln’de, 1258 kararına göre, loncalar aldıklarında fiyatları düşürüp sattıklarında fiyatları yükselttikleri için, başpiskoposun piyasayı denetleme hakkı elindeydi (Kelter, *Geschichte der obrigkeitlichen Preisregelung. Die obrigkeitliche Preisregelung in der Zeit der mittelalterlichen Stadtwirtschaft*, 1935, s. 34). İtalya’da bile belediye tüzüğü loncaların fiyatları yüksek veya düşük tutmak için herhangi bir gizli anlaşma yapmasını genellikle yasaklıyordu (Mickwitz, 1936, s. 20). En iyi örnek belki de Floransa’dır; lonca sisteminin kalesi olmasına rağmen, 1293 tarihli adalet kararnameleri ve daha sonraki kanunlar, fiyatları manipüle etmek amacıyla tüm “komploları”, tekelleri, ittifakları veya anlaşmaları yasaklayan hükümler içeriyordu. Hatta suçlular *1000 di piccioli* tutarında ağır bir para cezasına çarptırıldı, ancak bu cezanın verildiği hiçbir örnek bilmiyorum.

Bu hoşgörü, Floransa’da yünlü ve ipekli endüstrilerdeki işçilerin örgütlenme girişimlerini engellemek için alınan sert önlemlerle keskin bir tezat oluşturuyor. Her iki endüstride de lonca, usta imalatçılar veya endüstriyel girişimciler tarafından kontrol ediliyordu. Bu endüstriyel loncaların tüzükleri, loncaların yargı yetkisine tabi olan zanaatkarlar ve kalfalar arasındaki her türlü entrika veya toplantıları en katı biçimde yasaklıyordu (Agnoletti, 1940, s. 114-15; Dorini, 1934, s. 153-54). 1345’te bir yün tarakçısı olan Ciuto Brandini idam cezasına çarptırıldı, ancak tek suçu iş arkadaşları arasında bir örgütlenme yaratma çalışmasıydı (Rodolico, 1905, s. 119-20). İddianamede kötü şöhretli ve küfürlü bir adam olarak tanımlanıyor ve yasadışı bir “cemaat” oluşturmak, barış ve düzeni tehdit

etmek ve vatandaşların can ve mallarını tehlikeye atmakla suçlanıyor. Diğer tekstil merkezlerinde, sadece İtalya’da değil, Alpler’in ötesinde, hatta küçük bir merkez olan Toulouse’da da benzer koşullar vardı (Rodolico, 1905, s. 96-104; Mulholland, 1955, s. 178). 1300’lerde, hâlâ Avrupa’nın başlıca kumaş üreten bölgesi olan Flanders’da, şehir hükümetlerini yöneten soylular ve kumaşçılar, işçileri korkutmak, toplantıları yasaklamak ve grevleri bastırmak için en acımasız yasaları çıkardılar. Ypres’te bunun cezası körleştirme ve süresiz sürgündü. 1280 veya 1281’de on grevci bu cezaya çarptırılmıştır (Marez, 1905-6, s. 298). Bu insanlık dışı ceza, asilzadeleri iktidardan silip süpüren ve uzun bir huzursuzluk dönemine neden olan bir patlamayı engellemedi. Her durumda, kanıtlar açıktır. Adil fiyat teorisi ücretlere de uygulandı ve işçi derneklerini, dini kardeşlikler kisvesi altında gizlenmiş olsalar bile, katlanılmaz komplolar olarak damgalamak için kullanıldı ya da kötüye kullanıldı (Rodolico, 1905, s. 116).

Bu çalışmanın genel sonucu kısaca şöyle ifade edilebilir. Skolastikler, özgürlüğe veya rekabete genellikle sanıldığından daha yakındı. Tekele karşı düşmanlıkları özellikle belirgindi. Yaygın bir inanın aksine, toplumsal hiyerarşiyi sürdürmek için kesinlikle fiyat sistemine güvenmiyorlardı. Aslına bakılırsa, rekabet koşulları altında faaliyet gösteren küçük efendilerin büyük servet biriktirmeleri pek olası değildi. Orta Çağ’da sosyal statü, esas olarak mülkün, özellikle de toprağın dağılımındaki eşitsizliğe ve yönetici sınıfların yararına vergilerin (feodal ödemeler veya ondalık) toplanmasına bağlıydı. Bir istisna vardı: İtalya’da tüccarlar ve bankerler feodal soylularla rekabet halindeydiler. Bu makale tamamlandıktan sonra Fritz Redlich, İmparator I. Frederick’in (1158) az bilinen bir kanununa dikkat çekti. Kanuna göre, mallarına el konulması, kırbaçlanması ve her iki yanağının sıcak demirle dağlanması da dahil olmak üzere ciddi cezalara çarptırılırlar. Bu ise, rekabeti zorlamanın ve fiyat ayrımcılığını önlemenin oldukça sert bir yoludur.

Kaynakça

- Accursius. (35,2.). *Glossa Ordinaria*. W. Ernst içinde, *Justinian's Digest*. Cambridge University Press.
- Agnoletti, A. M. (1940). *Statuo dell'Arte della Lana di Frenze, 1317-1319*. Florence: Felice Le Monnier.
- Amzalak, M. B. (1945). *Frei lodo Sobrinho e as Doutrinas Economicas da Idade Media*. Lisbon: GrAfrica Lisbonense.
- Aquinas, T. (1948). Early Economic Thought. A. E. Monroe içinde, *Summa Theologica*. Cambridge: Harvard University Press.
- Aquinas, T. (77). *Summa Theologica*.
- Aquinas, T. (Liber V). *Commentaria X Libros Ethicorum ad Nicomachum*.
- Ashley, S. W. (1874). *English Economic History* (Cilt I). Düsseldorf.
- Ashley, W. (1920). *An Introduction to English Economic History and Theory* (Cilt II). London: Longmans Green.
- Bruder, H. (1909). *Die Lebensmittel Politik der Stadt Basel Mittelalter*. Breisgau: Achern im Breisgau.
- Buoninsegni, T. (1588). *Trautato de'traffichi giusti et ordinarii*. Venice: Presso Giorgio Angeleri .
- Chivasso, A. d. (1593). *Somma Angelica*. Venice.
- Civilis, C. I. (tarih yok). *Digest*. XXXV-2.
- Clapham, J. (1951). *A Concise History of Britain from the Earliest Times to 1750* . Cambridge: Cambridge University Press.
- Clark, J. M. (1939). *The Social Control of Business*. New York: McGraw Book Co.
- Cloughand, S. B., & Cole, C. W. (1946). *Economic History of Europe*. Boston: D.C.Heat.
- Clune, G. (1943). *The Medieval Gild System*. Dublin: Brown and Nolan.
- Coornaert, E. (1941). *Les corporations en France avant 1789*. Paris: Gallimard.
- Dempsey, B. W. (1942). The Economic Philosoph of St. Thomas. R. Brennan içinde, *Essas in Thomism*. New York: Shead and Ward.
- Dorfman, J. (1946-49). *The Economic Mind in American Civilization*. New York: Viking Press.
- Dorini, U. (1934). *Statuti dell'Arte di Por Santa Maria*. Florence: Leo S. Olschki.
- Fanfani, A. (1933). *Le origini dello spirito capitalistico in Italia*. Milano: Vita e Pensiero.
- Fiumi, E. (1956). *Sui Rapport Economici Tracitta e Contado Nell'eta Communa-le*. Archivio Storico Italiano.

- Fourquin, G. (1951). *Histoire Economique de l'Occident Médiéval*. Bruges: Desclee de Brouwer.
- Gerson, J. (tarih yok). *De Contractibus*.
- Gras, N., & Larson, H. (1939). *Casebook in American Business History*. New York: Crofts.
- Grice-Hutchinson, M. (1952). *The School of Salamanca*. Oxford: Clarendon Press.
- H. Tawney, R. (1937). *Religion and the Rise of Capitalism*. New York: Brace and Co.
- Hagenauer, S. (1931). *Das "justum pretium" bei Thomas von Aquino*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Hamilton, J. (1950). Origin and Growth of the National Debt in France and England. *Studi in onore di Gino Luzzatto*, II, 249.
- Hoffner, J. (1941). *Wirtschaftsethik und Monopole im 15. und 16. Jahrhundert*. Jena: Gustav Fischer.
- Hoffner, J. (1955). *Statik und Dynamik in der Scholastischen Wirtschaftsethik*. Köln: Westdeutscher Verlag.
- Hoffner, J., & T. Noonan. (1957). *The Scholastic Analysis of Usury*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hunermann, F. J. (1939). *Die Wirtschaftsethischen Predigten des Bernardin von Siena*. Munster: Kempen-Niederrhein.
- Iparraguirre, D. (1957). *Francisco de Vitoria: Una Teoría Social del Valor Económico*. Editorial El Mensajero del Corazón de Jesús.
- Johnson, E. (1932). *American Economic Thought in the Seventeenth Century*. London: P. S. King & Son.
- Karloman. (1892). *Capitularia Regum Francorum. Monumenta Germaniae Historica*. (A. Boretius, & V. Krause, Derleyiciler) Hanover.
- Kaulla, R. (1904). Die Lehre vom Gerechten. *Preis in der Scholastik*, 579-602.
- Kaulla, R. (1940). *Theory of the Just Price: A Historical and Critical Study of the Problem of Economic Value*. London: Allen and Unwin.
- Kelter, E. (1932). Die Wirtschaftsgesinnung des mittelalterlichen Zünftlers. *Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich*, 762.
- Kelter, E. (1935). *Geschichte der obrigkeitlichen Preisregelung. Die obrigkeitliche Preisregelung in der Zeit der mittelalterlichen Stadtwirtschaft*. Gustav Fischer.
- Klaiber, L. (1927). *Beiträge zur Wirtschaftspolitik oberschwäbischer Reichsstädte im ausgehenden Mittelalter*. Stuttgart: Kohlhammer.

- Kraus, J. (1930). *Scholastik, Prutanismus und Kapitalismus*. Leipzig: Dunker&-Humboldt.
- L.Letwin. (1953). The English Common Law Concerning Monopolies. *The University of Chiago Law Review*, 355-61.
- Lessius, L. (1606). *De iustitia et iure*.
- Liguori, A. (III). *Theologica Moralis*.
- Lugo, J. d. (1893). *De Iustitia et Iure*. Paris: .,
- Lütge, F. (1941). Die Preispolitik in München im hohen Mittelalter: ein Beitrag zum Streit über das Problem "Nahrungsprinzip" oder "Erwerbsstreben". *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 153, 162-202.
- Magnus, A. (1894). Opera Omnia. P. Lombardi içinde, *Commentarii in Sententiarum* . Paris.
- Magnus, A. (Liber V). *Opera Omnia* .
- Marez, G. D. (1905-6). *Les luttes sociales en Flandre au Moyen Age*. Revue de l'Université de Bruxelles.
- Mickwitz, G. (1936). *Die Kartellfunktionen der Zünfte und ihre Bedeutung bei der Entstehung des Zunftwesens*. Helsingfors: Centraltryckeriet.
- Molina, L. d. (1592). *De Iustitia et Iure*. Cuenca.
- Monroe, A. E. (1885). *Early Economic Thought: Selections From Economic Literature Prior to Adam Smith*. Cambridge: M.A. Harvard University Press.
- Mulholland, M. A. (1955). Statutes on Clothmaking, Toulouse,1227. J.H.Mundy içinde, *Essays in Medieval Life and Thought*. New York: Columbia University Press.
- Penty, A. J. (1939). *A Guildman's Interpretation of History*. New York: Sunrise Turn.
- Peyer, H. C. (1950). *Zur Getreidepolitik oberitalienischer Städte im 13. Jahrhundert*. Vienna: Universum.
- Pirenne, H. (1929). *Histoire de Belgique*. Brussels: M.Lamertin.
- Pirenne, H. (1939). *Les villes et les Institutions Urbaines*. Paris: Felix Alcan.
- Placuit. (tarih yok). *Corpus Juris Canonici. Decretales, X(III)*.
- Robertson, H. (1933). *Aspects of the Rise of Economic Individuiualism: A Criticism of Max Weber*. Cambridge: The University Press.
- Rocha, M. (1933). *Travail et Salaria Travers la Scolastique*. Paris: Desclee de Brouwer.
- Rodolico, N. (1905). *La Democrazia Fiorentina Nel Suo Tramonto (1378-1382)*. Bologna: Nicola Zanichelli.
- Roover, R. d. (1915). Monopoly Theory Prior to Adam Smith. *Quarterly Journal of Economics*.

- Roover, R. d. (1957). Joseph A. Schumpeter and Scholastic Economics. *Kyklos*, 10(2), 115-146.
- Roscher, W. (1874). *Geschichte der National-Oekonomik in Deutschland*. Düsseldorf: Verlag Wirtschaft und Finanzen GmbH.
- Ross, J. B., & McLaughlin, M. M. (1949). *The Portable Medieval Reader*. New York: Viking Press.
- Rundstedt, H.-G. v. (1930). *Die Regelung des Getreidehandels in den Städten Süddeutschlands und der deutschen Schweiz im späteren Mittelalter und im Beginn der Neuzeit*. Stuttgart: W.Kohlhammer.
- Salzman, F. (1923). *English Industries of the Middle Ages*. Oxford : Clarendon Press.
- Sapori, A. (1955). *Studi di storia economica*. Florence: Sansoni.
- Schneider, J. (1955). *Les villes allemandes au Moyen âge: Les Institutions Economiques* (Cilt II). La Librairie Encyclopédique.
- Schumpeter, J. A. (1954). *History of Economic Analysis*. New York : Oxford University Press.
- Scotus, J. D. (15,22). Quaestiones in Librum Quartum Sententiarum.
- Scotus, J. D. (1894). *Opera Omnia*. Paris.
- Scotus, J. D. (Lib.IV). *Quaestiones*.
- Siena, B. o. (1956). *De Evangelio Aeterno*. Florence: St. Bonaventure Press.
- Sombart, W. (1916). *Der Moderne Kapitalismus* (Cilt I). Munich: Duncker&-Humboldt.
- Tarde, A. d. (1907). *L'idée du Just Prix*. Paris: Felix Alcan.
- Tractatus. (tarih yok). *Bipartitus Decontractibus Emptionis et Venditionis*.
- Unwin, G. (1909). *The Gilds and Companies of London*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Verlinden, C., J.Craeybeck, & E.Scholliers. (1955). Mouvements des Prix et des Salaries en Belgique au XV Ie Siècle. *Annales(Economies, Societes, Civilizations)*, 173-198.
- Watt, L. (1930). The Theory Lying Behind the Historical Conception of the Just Price. W. Demant içinde, *The Just Price* (s. 69). London: Student Christian Movement Press.
- Weber, M. (1981). *General Economic History*. (F. H. Knight, Çev.) London: Allen&Unwin.
- Wulf, M. d. (1924). *Historie de la Philosophie Medievale* (Cilt II). Paris: Felix Alcan.
- Wycliffe, J. (1817). The Grete Sentence of Curs Expounded. T. Arnold içinde, *Select English Works of Wyclif* (s. 333). Oxford: Oxford University Press.

“

Bölüm 10

**KAPİTALİZMDE POLİTİK AKTÖR
OLARAK ULUSÖTESİ ŞİRKETLER VE
COVID-19 PANDEMİSİ**

İlteriş TURAN¹

”

1 (Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4452-5357>) Atılım Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Politik Ekonomi Doktora Adayı

1.GİRİŞ

Günümüzde ölçek ekonomisine ulaşmış yani maliyet noktasında optimasyonu değışen koşullar karşısında sürekli yenileyebilen yapılar olarak karşımıza çıkan UÖŞ’ler dünya ekonomisini domine etmektedirler. Bu durumları zaman zaman tekelleşme zaman zaman da oligapol yapılarını tartışılır hale getirmiştir. 2019 yılı itibarı ile dünyanın en büyük 25 ulusötesi şirketi Tablo 1’de verilmiş olup hemen hemen çoğu hakkında bilgi sahibi olduğumuz yadsınamaz bir gerçektir.

UÖŞ’ler için olumlu ya da olumsuz iddialara bakıldığında kalkınma noktasında faydalı olabilecekleri ancak devletler nezdinde meşruiyet sorunu başta olmak üzere yatırım kazançlarının nasıl paylaşılacağı noktasında sıkıntılar doğurduğu sonucuna ulaşmak pek te yanlış olmayacaktır. Devamında eleştirel bir gözle UÖŞ’ler irdelenecek olup bulundukları ülkelere nasıl etki ettikleri, argümanlarının neler olduğu, emek ve sermaye noktasında etkileşimlerinin neler olacağı tartışılacaktır.

Son üç senedir dünya gündemine oturan Covid-19 pandemisi sürecinde devletlerin varlık sebebi olan insanlar “Yaşam Hakkı” noktasında devletler, çokuluslu ilaç şirketleri ve bir virüs arasında sıkışıp kalmış ve bir çıkış noktası arayan insanlar bilgi akışı noktasında iletişim seçenekleri arasında sürekli erişebilir olan sosyal medyaya yönelmiş burada ki bilgi akışına göre pandeminin seyrini takip etmiştir. Bu durum da çeşitli komplo teorileri dahil yeni gündemler yaratmıştır.

Bu makalede yine UÖŞ’lere genel olarak bulundukları devletler nezdindeki ilişkileri irdelenip Covid 19 Pandemisi dahilinde Devletler ve Ulusötesi İlaç Şirketleri’nin icraatları dahilinde geline durumu ve “Bir basari hikayesi mi yoksa bir komplo mu?” olduğu sorunsalı tartışılacaktır.

2.ULUSÖTESİ ŞİRKETLER TANIMI

Ortodoks Ekonomistler UÖŞ’leri üretim faktörlerini optimize eden, küresel piyasalarda ürünlerin etkin dağılımını sağlayan dolayısı ile de kapitalist düzenin en önemli araçlarından biri olarak varsaymaktadırlar (Hymer, 2013[1979]: 19)

Başka bir tanımlama ise ulusal sınırların dışında aktif olup uluslararası arena da üretim, ar-ge, pazarlama yapabilen yine ülke dışına teknoloji transfer edebilen yapılar olarak tanımlanırken doğrudan yabancı yatırımları tahsis eden ve bunu kullanarak küresel piyasaları kontrol eden yapılar şeklindedir (Balaam ve Dillman, 2020: 537-541).

Harmancı UÖŞ’leri bulundukları yeri domine edip emeği ve tabii kaynakları istismar eden, kendi menfaatleri karşısında bulunduğu ülkenin

menfaatlerini hiçe sayan “Kabadayılar” şeklinde tanımlamıştır (Harman-
cı, 2004:11; Kamacı ve Turan, 2018: 83).

Gilpin’in basit tanımına göre de uluslararası işlemleri liberalizmle uyumlu olan doktrinsel olarak ekonomik milliyetçiliğe, sosyalizme ve devlet müdahalelerine karşı olan iki ya da daha fazla ülkede faaliyet gösteren şirketler şeklindedir. Cohen vd. ise modern kapitalizmin egemen örgütsel biçimi olarak tanımlamışlardır.

Literatür taramasından hareketle yeni bir tanımlama yapılacak olursa: UÖŞ’ler etki alanlarını kendileri belirleyebilen zaman zaman bir kabadayı edası ile zaman zaman da teknoloji transfer edebilen bir bilge gibi davranan, doğrudan yabancı yatırım noktasında tercih edilen, küresel piyasaları kontrol edebilme gücüne sahip firmalardır.

Tablo 1: 2019 Yılı Yabancı Varlıklara Göre Sıralanmış En Büyük 25 Ulusötesi Şirket¹

1	Royal Dutch Shell plc	İngiltere
2	Toyota Motor Corporation	Japonya
3	BP plc	İngiltere
4	Softbank Group Corp	Japonya
5	Total SA	Fransa
6	Volkswagen Group	Almanya
7	Anheuser-Busch InBev NV	Belçika
8	British American Tobacco PLC	İngiltere
9	Daimler AG	Almanya
10	Chevron Corporation	ABD
11	Exxon Mobil Corporation	ABD
12	Vodafone Group Plc	İngiltere
13	EDF SA	Fransa
14	CK Hutchison Holdings Limited	Hong Kong, Çin
15	Honda Motor Co Ltd	Japonya
16	Enel SpA	İtalya
17	Siemens AG	Almanya
18	China National Petroleum Corp (CNPC)	Çin
19	Deutsche Telekom AG	Almanya
20	BMW AG	Almanya
21	Microsoft Corporation	ABD
22	Johnson & Johnson	ABD
23	Apple Computer Inc	ABD
24	Takeda Pharmaceutical Company Limited	Japonya
25	General Electric Co	ABD

Kaynak: UNCTAD

¹ Şirketlerin mali raporlarından elde edilen verilere dayalı ön sonuçlar; 1 Nisan 2019 ile 31 Mart 2020 arasındaki mali yıla dayanılarak oluşturulmuştur.

3.ULUSÖTESİ ŞİRKET VE ULUS-DEVLET

Literatürde UÖŞ'ler ile ulus devlet arasındaki çatışmadan sıkça bahsedilmekte devlete ait bir ana unsur olan egemenliğin zaman zaman UÖŞ'lere devrediliyor olması sorunsal tartışılmaktadır. Vernon da UÖŞ'lerin yükelişi ile ulusal egemenliğin gerilemesi sorunu ile ilgilenmiştir. Bunu incelerken UÖŞ'lerin bir manada siyasal iktidarlarını artırdıklarını da keşfetmiş çatışan ulusal yetki alanlarının uluslararası düzenlemelerle hangi kamusal düzenlemelerin yapılması gerektiğinin belirlenerek anlaşmalar yapılması gerektiği sonucuna ulaşmıştır (Hymer, 2013[1979]:23-24).

UÖŞ'lerin DYY yolu ile faaliyet gösterecekleri ülkelerde bir refah artışından söz edilebiliyorsa da DYY'ın az gelişmiş ülkeler için olumsuz siyasi sonuçları olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. UÖŞ'ler kapitalizmle uyumlu istikrarlı hükümetler arzuladıkları için bağımlılık temelindeki kalkınma ile birlikte otoriter rejimlerin ortaya çıkmasını teşvik edebilmektedir. Bu durum uluslararası kapitalistler ile yerel gerici elitler eli ile tesis edilip bulundukları ülkelerin iç işlerine karışma noktasına kadar varmaktadır. Bu durumun başarılı ve başarısız örneklerini incelemek yukarıda anlatılan konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. "ITT Şirketi ve CIA"ın Şili Devlet Başkanı "Salvador Alinde"ye darbe yapılmasındaki etkileri ve sonucunda kendilerine göre siyasal istikrar sağlamaları tarihi bir gerçekliktir (Gilpin, 2020: 300-306). 2002 Yılında Bolivya Devlet Başkanı "Sanchez" UÖŞ'lere şehrin su hizmetlerinin özelleştirilmesi işlemini onaylamış ancak "Cochabamba" sakinlerinin ayaklanması karşısında hükümet geri adım atmak zorunda kalmıştır. 2003 yılında ise hükümet Bolivya gazını ABD'ye iletmek üzere boru hattının yapımına onay vermesi halkın tepkisi ve protestolara yol açmış devamında ise Bolivya Başkanı "Sanchez" Loza'da devrilmiş ve ironik bir biçimde ABD'ye sığınmıştır (Bove ve Luneau, 2021:174).

1991 Körfez Savaşı ile birlikte Ortadoğu'daki çatışmalar Hindistan'ın petrol ithalat faturasını önemli ölçüde yükseltmiş bu da Rupî'nin değerini oldukça düşürmüştür. Ödemeler dengesi bozulduğu için Hindistan Hükümeti Ekonomik Reform programı açıklamıştır. Programda üretime dayalı büyüme ve doğrudan yabancı yatırım vasıtası ile UÖŞ'leri ülkeye çekmek için uygun iklimi yaratmak vurgulanan ana noktalardandır. Bunu takiben özelleştirme programları açıklanmış bunun dışında en büyük rekabet üstünlüğünü kendi insan kaynağında gören Hindistan UÖŞ'leri de çekebilmek için yeni bir eğitim programı açıklamıştır. Bu programdan sonra eğitim hızla ticarileşmiş eğitimde eşitlik sona ermiştir. Bu da toplumsal

çatışmaları beraberinde getirmiştir. Hükümet adeta halkı ve çok uluslu güçler arasında sıkışıp kalmıştır (Singh, 2009: 517-539).

Görüldüğü üzere UÖŞ'ler zaman zaman devlete ait bir unsur olan egemenliği dahi etkileyebilmekte bunun için de yerel hükümetleri etkileyerek adeta bir yumuşak güç kullanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir büyüme için UÖŞ'lerin DYY'ları için eğitim sistemi dahil birçok renovasyonlara girdiği görülmekte ise de UÖŞ'lerin kendilerine göre istikrar temelli taleplerine halklarını hiçe sayma pahasına destek verilebilmektedirler. Tam bu noktada sürdürülebilir kalkınma dahilinde oluşacak refah artışının o ülkenin halkına dağıtımı bir refah artışı yaratmakta mıdır? Sorunsalını incelemek yerinde olacaktır.

4.ULUSÖTESİ ŞİRKETLERE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ

1974 Yılında Barnet ve Müller gelişmiş olan ülkelerde birikmiş olan ekonomik artıkların kapitalistler tarafından kontrol edildiğini ve bu artıkların metropollere yatırım ile tüketim için taşındığının altını çizmiştir. Bu artıklardan istifade edebilen az gelişmiş ülkeler ise hisse senetleri, kar transferleri, işletme payları, borçlanma faizleri ile yoksul durumlarına devam etmektedirler. Bu durumdaki ülkeler yüksek teknoloji ve ucuz emek kullanılan üretim merkezleri haline gelirken ürünler dünya sermayesinin çoğunu denetleyen zengin uluslara transfer edilmektedir. Barnet ve Müller “UÖŞ'lerin gücü ve iştigal alanı çerçevesinde dipte bulunan %60 nüfusta anlamlı bir değişiklik olup olmayacağı?” sorusunu araştırmış ve UÖŞ'lerin bu %60'lık nüfusun fakirliğini artırmakla suçlamıştır. Dolayısı ile UÖŞ'lerin düzenlemeye tabi tutulmasını ve defterlerini ulusal ve uluslararası düzeyde denetlemelere tabi tutulmasını bir manada şeffaf olmaları gerektiği ve birtakım regülasyonlar/düzenlemeler yapılması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır.

70'li yıllardan günümüze bakıldığında uluslararası kapitalizm ile ulus devletler arasında genele şamil bir anlaşma/düzenleme silsilesi bulunmasa da ‘piyasa’nın buna bir çözüm bulduğunu söyleyebilmekteyiz. Zira UÖŞ'ler ve DYY bakımından direkt olarak bir tekelleşmeden bahsetmek mümkün ise de tekелci sermayelerin finansallaştığını bir manada kabuk değiştirerek karşımıza çıktığını söyleyebilmekteyiz. Çünkü UÖŞ'ler bankalara dahi bel bağlamaksızın dağıtılmamış karlarını kullanmak sureti ile yatırımlarının çoğunu finanse edebilmektedir. Yani yatırım yaptığı noktada dahi bulunduğu ülke için bir dışallık yaratabilmektedir. Ayrıca şirket dışı finansman ihtiyacında da ihraç ettiği finansman bonoları ile kaynak teminine gidebilmektedir ki bu da bir manada bulundukları ülke regülasyonlarından ari bir hareket biçimine piyasa yolu ile çözüm bulduklarının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Lapavitsas, 2019: 60).

Bugünden Barnet ve Miller’a baktığımızda UÖŞ’ler muhasebesel anlamda denetlenseler de yukarıda ki paragrafta belirtildiği üzere bir piyasa çözümü ile bunu aşmışlardır. Peki Barnet ve Miller’ın da tartıştığı durum açısından an alttaki %60 için durum nedir?

1984 Yılında Hindistan Bhopal’de bir ABD UÖŞ’si olan “Union Carbide” firmasının böcek ilacı üretimi yaptığı fabrikasında 40 ton metiliso-siyanat gazının sızması ile yaklaşık 600.000 kişinin etkilendiği ve 18.000 kişinin öldüğü ancak firma yetkililerinin sadece 2 Yıl hapis cezası aldığı bunun dışında 470.000.000\$ tazminat ödediği kayıtlara geçmiştir. Hükümet tarafından bu tazminatın dağıtımında zarar görenlere kişi başı 500\$ ödendiği göz önünde bulundurulduğunda hiç şüphesiz ki bu durum Rihard Cox’un da farkında olduğu sermayenin uluslararasılaşması ile emeğin kö-tüleşmesi durumunun bir örneği olarak karşımıza çıkarken Barnet ve Miller açısından da bakıldığında pek te bir şey değişmemiş gibidir.

“Aşağıdan Küreselleşme” anlayışı dahilinde 120 UÖŞ’in üretim yaptığı/yaptırdığı Bangladeş’te 2013 yılında 900 kişiye yakın ölümle sonuçlanan yangından sonra bu 120 UÖŞ İşçi Sendikaları ile “Bangladeş’te Yangın ve İşyeri Güvenliği Anlaşması”nı imzalamış ve sonucunda Bangladeşli işçiler aylık asgari ücretlerini %76 arttırarak ancak 67\$’a yükseltebilmiştir (Bangladeş Antlaşması, 2014). Şüphesiz ki UÖŞ’lerin emek noktasında DYY tercihleri emeğin meta değerinin en düşük olduğu ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ülkelerdeki emekçilerin durumuna Bangladeş örneğine baktığımızda literatürde çokça örnek verilen Çin’in bile altında olduğu görülmektedir.

5.COVID 19 ÖZELİNDE TOPLUMLARIN NE DÜŞÜNDÜĞÜ HAKKINDA LİTERATÜR TARAMASI

Cambridge Üniversitesi’nin desteğiyle Ağustos 2020’de dünyanın en büyük 25 ülkesinde gerçekleştirilen uluslararası araştırmanın bulgularına göre aşıların zararlı etkilerine ilişkin bilgilerin halktan kasıtlı olarak gizlendiğine inanan vatandaşların oranı en yüksek Güney Afrika (%57) ve Nijerya’da (%55), en düşük ise Danimarka (%14) olarak saptanmıştır. Yine Birleşik Krallık’ta (%19) ve Avustralya (%20) iken AB üyeleri söz konusu olduğunda, bu komplo teorisine inananların oranı Yunanistan (%39) ve Fransa’da (%38)’dir. Benzer şekilde ABD’de de katılımcıların üçte birinin (%33) buna inandığını ortaya koymaktadır. Podgorica’daki Birleşik Krallık Büyükelçiliği ve UNICEF’in desteğiyle ulusal temsili bir örneklem üzerinde yürütülen araştırmaya göre ise Karadağ’ın yaklaşık her 10 vatandaşından dördü (%43), ilaç şirketlerinin dünya çapında kar elde etmeye devam edebilmesi için aşının neden olduğu zararın gizlendiği küresel bir komploya inanmaktadır (Unicef Karadağ:2020).

Yine A.B.D. Merkezli Pew Araştırma Merkezi tarafından yürütülen bir anket, nüfusu temsil eden katılımcıların yalnızca yüzde 5’inin salgınla ilgili komplolara tamamen inandığını, yüzde 20’sinin ise bu iddiaların doğruluğuna yalnızca kısmen inandığını ortaya koymuştur. Yapılan başka bir çalışmada da Pandemi ile ilgili en ısrarcı ve yerleşik komplo teorilerinden birinin, her şeyin “Big Pharma”nın bir komplosu olduğudur (Kamal vd., 2021).

6.BİG PHARMA

Çalışmanın başlığı “COVID 19, Devletler ve Ulusötesi ilaç Şirketleri: Bir Başarı Hikayesi mi Yoksa Devasa bir Komplo mu?” olduğu için literatürde “Big Pharma” olarak kullanılan kavramın nasıl tasvir edildiğine bakmak yerinde olacaktır. Her ne kadar bu kavram komplo teorisyenleri tarafından büyük ilaç şirketlerinin ürünlerini sağlık uzmanlarına ve hastalara sürekli olarak empoze eden şeytani bir imparatorluk olarak gösterilse de esasında “Big Pharma” politik olarak etkili büyük ilaç şirketlerinin kendi endüstrilerinin çıkarları için adeta kamu yararı kavramının arkasına sığınarak halk sağlığı ile endüstrinin ticari çıkarlarını meşrulaştıran bir kavramsallaştırma olarak karşımıza çıkmaktadır (Law, J., 2006: 672).

Yukarıda izahı yapılan detaylar dahilinde ulusötesi ilaç şirketlerinin icraatlarına bakıldığında tam olarak “Big Pharma” kavramına merkezlendikleri görülmektedir. A.B.D. Adalet Bakanlığı Halkla İlişkiler Ofisi 24 Kasım 2020 tarihli bülteninde Opioid Üreticisi “Purdue Pharma Dolandırıcılık ve Rüşvet Komplolarından Suçunu Kabul Etti” başlığı ile davanın gerekçeli kararının detaylarını yayınlamıştır. Morfin bazı ağrı kesici “OxyContin” adlı ilacının insanları “opioid” bağımlısı hale getirdiği ve ölümlere de sebep olduğu bununda “Purdue Pharma” tarafından kabul edildiği vurgulanan ana noktalar olup Purdue, 3.544 milyar dolarlık adli para cezası ve ek 2 milyar dolarlık cezai müsadere dahil olmak üzere bir ilaç üreticisine karşı şimdiye kadar uygulanan en büyük cezaların uygulanmasını da kabul etmiştir (A.B.D. Adalet Bakanlığı: 2020). Burada alınan karar kamu vicdanını tatmin eder mi bilinmez ama bu ilacın F.D.A’dan onay aldığı göz önünde bulundurulduğunda geline sonuçu itibarı ile irdelenmesi gereken birden fazla konu olduğunun altını çizmek gerekmektedir.

7.BİG PHARMA’NIN ÖRTÜLÜ GÜCÜ PATENT VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI

Küresel ticaret rejiminde fikri mülkiyet korumasının kurumsallaşması, Reagan/Thatcher neoliberalizminden entelektüel tekeli kapitalizme geçişi hızlandırmış ticaret anlaşmalarının ana yararlanıcıları, uluslararası bankalar, Big Tech, Big Pharma, Big Food ve Transnational Corporations

dahil olmak üzere küresel değer zincirlerini (GVC'ler) kontrol edenler haline gelmiştir. GVC'lerdeki lider firmalar, ticaret anlaşmalarında “üretim uluslararası parçalanmasından kaynaklanan IP ödeneği riskini korumak” için daha katı IP gereklilikleri önermektedir (Sell:2020; Durand ve Milberg 2018: 21-22). IP zengini ülkelerin dahil olduğu TRIPS¹ sonrası ticaret anlaşmalarının çoğu, amaçlananın ötesinde imtiyazların doğmasına sebebiyet vermiştir. Bugün, “kârlılık, bir firmanın fikri mülkiyet hakları üzerindeki kontrollerini kullanarak karmaşık değer zincirlerinden tek el kiralari çıkarma yeteneğinin bir işlevidir” (Schwartz 2017: 197).

Big Pharma, zorunlu lisanslama ve paralel ithalat gibi TRIP'lerin esnekliklerinin kullanımını teşvik etmeyi amaçlayan sağlık yanlısı girişimleri rutin olarak engellemesinin sebebi şüphesiz ki rekabete dayalı olarak temel ilaçların fiyatlarının düşmesi ve erişilebilir hale gelecek olmasıdır. (Correa: 2006; Sell:2020). Zira patent koruması fiyatları artırmakta ve ilaçlara, teşhislere, aşılar, tıbbi cihazlara erişimi azaltmaktadır. İlaç firmaları, patent koruma koşullarını genişletmek için rutin olarak ‘sürekli yeşillendirme’ ile uğraşmaktadır. Örnek olarak bir firma, süresi dolmak üzere olan bir patente sahip popüler bir ilaca sahip olsun ve tam patenti dolmak üzere iken aynı ilacın bir tabletten jel kapağına kadar ‘yeni’ bir formülasyonla yeni bir patent başvurusu yapması halinde 20 yıllık bir koruma daha elde edebilecektir. COVID-19 testleri, tedavileri ve aşıları geliştirilirken, “fikri mülkiyet hakları ve ilgili know-how’ı paylaşma konusundaki isteksizliğin, tüm ülkelerde uygun fiyatlarla zamanında tedarik için hızlı bir şekilde ölçeklendirilmesinin önünde engel teşkil edebileceği konusunda meşru bir endişe olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Tellez 2020).

8.DEVLETLER, ULUSÖTESİ İLAÇ ŞİRKETLERİ VE COVID-19 PANDEMİSİ

Pandemi, tedarik zinciri darboğazlarını ve ihtiyaç duyulan girdilerin kullanılabilirliğini azaltan çok az sayıda tedarikçiye aşırı bağımlılığı ortaya çıkarmış Dünya Sağlık Örgütü (WHO) liderliğindeki COVID-19 Aşısı Küresel Erişim (COVAX) girişimi, Salgına Hazırlık ve İnovasyon Koalisyonu (CEPI) ve GAVI (Aşı Alliance) umut vericidir ve 167 ülke şimdiden buna imza atmıştır. Amaç, yoksul ülkelerde sağlık çalışanlarını ve savunmasız nüfusları korumak için yüksek oranda sübvans edilen bir modelle aşı teminidir (Sell S.K., 2020).

Tam bu noktada “Berlin Deklarasyonu” dahilinde Dünya liderleri, sağlık bakanları ve ilaç şirketleri Berlin’deki Dünya Sağlık Zirvesi’nde bir araya gelirken, sivil toplum kuruluşlarından oluşan bir koalisyon, ilaç

1 TRIPS: Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle Bağlantılı Yönlerine İlişkin Anlaşma (https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/trips_e.htm#preamble).

endüstrisinin dünyanın gelecekteki salgınlar üzerindeki kontrolünü artırmaya çalıştığı konusunda dikkatleri çekmiş ve yine 100'den fazla sivil toplum kuruluşundan oluşan bir koalisyon olan Halk Aşısı İttifakı ilaç şirketlerinin taleplerini bir salgın anlaşmasına veya diğer salgın hazırlık planlarına dahil etmenin küresel eşitsizlikleri normalleştireceği ve gelecekteki sağlık krizlerinde hükümetlerin elini kolunu bağlayacağı konusunda uyarılarda bulunmuştur. Yine UNAIDS İcra Direktörü ve Halkın Aşısı İttifakı² Eş Başkanı Winnie Byanyima yaptığı konuşmada (Halk Aşısı İttifakı, Berlin Deklarasyonu: 2021):

“İlaç şirketlerinin, HIV ilaçlarını geliştirmekte olan ülkelerdeki insanlara tedarik etmekle ilgili iddialarını sürekli tekrar etmelerini kendisine adeta ‘deja vu’ yaşattığını belirterek ilaç şirketlerinin geliştirmekte olan ülkelerdeki insanlara gönüllü olarak hayat kurtaran ilaçlar ve aşılar sağlanması beklentisinin AIDS salgınında gerçekleşmediğini, COVID-19 ve gelecekteki salgınlarda gerçekleşmeyeceğini ifade ederken bu toplantı nezdinde pandemi anlaşması müzakere eden hükümetlerin ilaç endüstrisinin talep ve çağrılarına direnmesi gerektiği, bu pandemiden menfaatlenenlerin, bir sonraki salgın için hazırlıkları yöneten kuralları koymaması gerektiğinin altını çizmiştir. Sözlerini Dünyanın, büyük ilaç şirketlerinin gücü ele geçireceği bir anlaşmadan ziyade herkes için tıbbi ürünlere her yerde adil ve eşitlikçi erişimi garanti eden uluslararası bir anlaşmaya ihtiyacı var.” Şeklinde tamamlamıştır.

2021'in sonlarında Omicron dalgası, hükümetleri seyahat ve diğer faaliyetler üzerindeki kontrolleri yeniden uygulamaya başlayınca ve yenden aşı konuları gündeme gelince, halk sağlığı aktivistlerinin pandeminin başlangıcından bu yana defalarca söylediklerini tekrarladıkları görülmektedir: “Herkes güvende olana kadar dünyada hiç kimse bu virüsten daha güvende değildir ve halk sağlığı dışlanma yoluyla güvence altına alınamaz” (Ghosh, 2022:107).

Kapanmalarla küresel arz zincirindeki aksaklıklar, devletlerin vatandaşlarına dağıttığı karşılıksız ödenekler, uluslararası turizm gelirlerindeki düşüşler resesyon beklentilerini artırırken ulusötesi ilaç şirketleri tekeldi kapitalizmin temel faydalanıcısı ve destekçisi olarak, azınlığı çoğunluğun pahasına abartılı bir şekilde zenginleştirmiş olması, küresel bir salgın sırasında çarpık bir sistemi daha da sağlamlaştırma olasılığı hakkında akla soru işaretleri bırakmaktadır (Sell S.K., 2020).

2 Halkın Aşısı İttifakı, Nobel Ödülü Sahipleri, sağlık uzmanları, ekonomistler, Devlet Başkanları, inanç liderleri ve aktivistler tarafından desteklenen 100'den fazla kuruluş ve ağdan oluşan bir koalisyondur. Ücretsiz sunulmak üzere bir Halk Aşısı'nın geliştirilmesi için mücadele etmektedirler. Mayıs 2020'de Halk Aşısı çağrısı yapan açık bir mektuptan organik olarak gelişmiştir. Aşı ayrımcılığını sona erdirmek için birlikte çalışma amacını gütmektedir. Ayrıca destekleyenler için bkz. (<https://peoplesvaccine.org/supporters/>).

Makalenin konusu içinde başarı ve komplo unsurları irdelendiğinden çok uluslu ilaç şirketlerinin yöneticilerinin durumunu da incelemek yerinde olacaktır. Forbes'un bir haberine göre; Pfizer'in aşı etkinliğinin yüzde 90'dan fazla olduğunu açıkladığı gün, Pfizer CEO'su Albert Bourla hisselerinin yarısından fazlasını, yani yüzde 62'sini sattığını belirtmekteydi. Zira olumlu haberler hisse senedi fiyatlarını yüzde 15 artırmıştır. Bir yönetici ve kurumsal yönetim veri firması olan Equilar tarafından Los Angeles Times'a sağlanan verilere göre Bourla, 2020'de hisse satışlarından toplu olarak 14 milyon dolar kazanan yedi Pfizer yöneticisi arasında yer almıştır. Moderna yöneticileri de aynı şekilde 2020'de vadeli hisse senedi satışlarından 287 milyon dolar kazanmış ve özellikle Moderna CEO'su Stéphane Bancel, Ocak sonu ve Şubat 2021'de sadece birkaç gün içinde milyonlarca dolarlık hissesini satmıştır (Forbes, 2021). Görüldüğü üzere insanlık, tarihin en büyük pandemisini geçirirken piyasa çalışmaktaydı.

SONUÇ

Bu çalışmadan hareketle “UÖŞ’ler etki alanlarını kendileri belirleyebilen zaman zaman bir kabadayı edası ile zaman zaman da teknoloji transfer edebilen bir bilge gibi davranan, doğrudan yabancı yatırım noktasında tercih edilen, küresel piyasaları kontrol edebilme gücüne sahip firmalardır” şeklinde yeni bir tanımlama yapmak yanlış olmayacaktır.

Yine UÖŞ’lerin az gelişmiş ülkelerin sürdürülebilir büyüme, cari açıklarının finansmanı noktasında bu ihtiyaçlarını gideriyor olmaları pekte masum görünmemektedir. Zira elde ettikleri karın transferi ve/veya yeni yatırımlar için getirecekleri sermaye noktasında uluslararası finansal piyasaları kullanarak adeta kaçış subapları oluşturdukları ve kullandıklarını bu çalışmadan çıkarabilmekteyiz. Ülkede ürettikleri görece refah artışından emeğin payının pekte tatmin edici olmadığı bunun içinde güçlü yapılarını kullandıkları yukarıda örnekleri verilmiş yaşanan olaylardan anlaşılmaktadır.

Karşımıza çıkan en önemli sorunlardan biri de devlet olmanın ana unsuru olan egemenliğin UÖŞ’lere zaman zaman devridir ki bu da ulus-devlet anlayışının adeta arkadan dolaşarak egale edilmesidir. UÖŞ’lerin devletlerle müzakere gücü bazen darbeler olarak bazen de yöneticilerle örtülü anlaşmalarla baskıcı yönetim anlayışının tesisi şeklinde gelişmektedir. Adeta uluslararası literatürde tanımlanan “soğuk savaş”ın argümanları değişmiş UÖŞ’ler, DYY anlayışı merkeze oturmuştur. Kapitalizm için sermayenin akışkanlığı önem arz ettiğinden UÖŞ’lerin kısa vade de çok büyük bir değişim geçireceğinden bahsetmek mümkün değildir. Ancak bilişim teknolojilerinin bu kadar yaygın olduğu dünyamızda bir manada UÖŞ’lere atfedilen sömürü düzeninin de eskisi kadar kolay olmayacağını “Bolivya” örneğinden müşahade edebilmekteyiz.

Wuhan'dan kaçan virüs henüz tespit edilemediğine göre ve yine bir depoda pandemi öncesi üretim tarihine sahip stoklu aşılarda bulunmadığına göre Covid-19'un bir komplo olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak toplumda bunun bir komplo teorisi çevresinde gerçekleştiğine olan inanç "Big Pharma"nın insanlık üzerinde uyandırdığı büyük güven-sizliklere dayanmaktadır. Yukarıda izah edilen Purdue vakasının dışında Covid-19 Pandemisinde dahi ulusötesi ilaç şirketlerinin CEO'ları dahil tavır ve tutumları kendilerini diğer ulusötesi şirketlerden olumsuz manada ayırmaktadır.

Başarı temelinde bakıldığında COVID-19 için birden fazla aşı adayının olağanüstü hızlı geliştirilmesi, inovasyon bazlı bakıldığında ne kadar çok şeyin başarılabilirdiğini göstermektedir. Ama Big Pharma'nın bunu hükümetleri yeni ilaçlar geliştirmenin maliyet ve risklerinin çok yüksek olduğundan hareketle ve özellikle ilaçların/aşıların yıllarca süren çabalarından sonra bile başarılı olamayacağı gerekçesiyle çeşitli sübvansiyonlar alarak gerçekleştirdikleri unutulmamalıdır.

Bununla birlikte, aşı geliştirme için kullanılan kamu finansmanı dahilinde ortaya çıkan sorun, fikri sınai hakların ulusötesi ilaç şirketlerinde kalmasıdır. İnsanlığın ortak sorunu olan pandemi gibi önemli konularda fikri sınai hakların tekelleşme yaratması sorunsalı ticari ya da ekonomik olarak değerlendirilmesi mümkün olmaması gereken bir konudur. Bunu Halk Aşısı İttifakı'nın deklarasyonundan anlayabiliyoruz. Zira COVID 19 pandemisinde daha önce gerçekleşen HIV/AIDS, SARS pandemilerinde de aynı sorunlar baş göstermiş ve halen devam etmektedir.

Patentler genellikle ana akım ekonomistler tarafından inovasyon için gerekli finansal ödülü sağlamak olarak görülür ama çokuluslu ilaç şirketlerinin ürettiği aşılarla Schumpeter'in literatüre kazandırdığı "Yaratıcı Yıkım" kavramı gerçekleşmiş midir? Ayrı bir tartışma konusu olarak karşımızda durmaktadır.

Görüldüğü üzere çokuluslu şirketlerin üretim için DYY adı ile az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri seçmeleri noktasındaki tercihleri maliyet baskısının olmadığı çok uluslu ilaç şirketleri özelinde değerlendirildiğinde farklı bir durum ortaya çıkmaktadır. Zira aşı üretimi için gerekli ar-ge desteklerini hükümetlerden talep edip üretim aşamalarında faz çalışmalarını insanlar üzerinde denerken korporatist bir mantıkla hareket ettikleri görülürken aşya olan küresel ve özellikle az gelişmiş ülkelerin talebi karşısında duyarsız kalmaları ise adeta korona/aşı milliyetçiliği ile hareket ettiklerini akla getirmektedir.

Yine devletlerin vatandaşlarına dağıttığı aylık ödenekler, fatura tutarlarının karşılanması ve kira yardımı gibi konular literatürde kapitalizmin sosyalizme kaydığı tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Bunun bir ör-

neğini Thomas Piketty'nin Intellinger gazetesine verdiği mülakatta görebilmektedir. Piketty'nin nerileri arasında "Katılımcı Sosyalim" adını verdiği bir sistem bulunmaktadır. Adı her ne kadar sosyalizm kavramını içerse de vergilendirme sisteminin değişmesi, miras hukukunun değişmesi gibi bir takım yenilikçi fikirleri ihtiva etmektedir. Kapitalizm özelinde bir anda değişim olacağından bahsetmek mümkün değilse de tartışmaya açılmış olması eşitsizlikler özelinde birtakım değişiklikler olabileceğinin habercisi olarak değerlendirilebilecektir. Zira kapitalizm 2008 ve devamında pandemi krizini adeta Coase'un "Verilere yeterince işkence ederseniz, itiraf edecektir." Mantığı ile aşmaya çalışmıştır. Tam bu noktada da başarı ya da başarısızlığın ölçümünü eşitsizlikten en çok etkilenenler verecektir. Çünkü son pandemide göstermiştir ki devletlerin varlık sebebi olan insanlar "Yaşam Hakkı" noktasında devletler, çokuluslu ilaç şirketleri ve bir virüs arasında sıkışıp kalmıştır.

KAYNAKÇA

- A.B.D. Adalet Bakanlığı Halkla İlişkiler Ofisi, Opioid Üreticisi Purdue Pharma Kararı (<https://www.justice.gov/opa/pr/opioid-manufacturer-purdue-pharma-pleads-guilty-fraud-and-kickback-conspiracies>), anlık erişim: 22.15 – 04.12.2022.
- Balaam ve Dillman. (2020). Uluslararası Ekonomi Politığe Giriş. Adres Yayınları, İSTANBUL.
- Bove ve Luneau. (2021). Sivil İtaatsizliğe Çağrı. Çeviren: Işıl Ergüden. Fol Kitap, ANKARA.
- Gilpin, R. (2020). Uluslararası İlişkilerin Ekonomi Politığı. Kripto Yayınevi, ANKARA.
- Halkın Aşı İttifakı, (<https://peoplesvaccine.org/resources/media-releases/big-pharma-making-a-power-grab-for-the-next-pandemic-civil-society-groups-warn/>), anlık erişim:12.15 – 06.12.2022.
- Harmancı, M. (2004). Çok uluslu şirketler ve doğrudan yabancı sermaye yatırımları. Türkiye Kalkınma Bankası A. Ş., Mart 2004, Ankara; Kamacı A. ve Turan M., 2018: 83. JOMELIPS - Journal of Management Economics Literature Islamic and Political Sciences e-ISSN :2547-9512.
- Hymer, S. (2013) [1979]. Çokuluslu Şirket Radikal Bir Yaklaşım. Çeviren: Fahri Bakırcı. Epos Yayınları, ANKARA.
- Islam MS, Kamal AHM, Kabir A, Southern DL, Khan SH, et al. (2021) COVID-19 vaccine rumors and conspiracy theories: The need for cognitive inoculation against misinformation to improve vaccine adherence. PLOS ONE 16(5): e0251605. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251605>
- Jayati Ghosh (2022) The unnecessary constraints to vaccinating the whole world, Studies in Political Economy, 103:1, 103-108, DOI: 10.1080/07078552.2022.2047477
- Lapavitsas, C. (2019). Üretmeden Kar Etmek Finans Hepimizi Nasıl Sömürüyor. Çeviren: Yasin Emre Kara. Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Law, J., 2006: 672. Rewiew of “Big Pharma: How the World’s Biggest Drug Companies Control Illness”. British Medical Journal, 18 Mart 2006, Sayı 332, ISBN 184529 1395.
- Schwartz, Herman Mark. 2017. Club Goods, intellectual property rights and profitability in the information economy. Business and Politics 19 (2): 191–214.
- Sell S.K., (2020). What COVID-19 Reveals About Twenty-First Century Capitalism: Adversity and Opportunity. Society for International Development (2020) 63:150–156 <https://doi.org/10.1057/s41301-020-00263-z>.

- Singh, Nitya. (2009). Multinational Corporations and Their Impact on Educational Policies of a State. A Case Study of India. Journal of Asian and African Studies - JASIAN AFR STUD. 44. 517-535. 10.1177/0021909609340061.
- Tellez, Viviana Munoz. 2020. Action at the WTO is needed to accelerate research, development, manufacturing and supply of medical products to combat Covid-19: Proposal from India and South Africa, South Centre SOUT-HNEWS, 5 October, No. 341
- UNICEF Karadağ, (<https://www.unicef.org/montenegro/en/stories/43-citizens-believe-conspiracy-theory-regarding-concealment-information-about-vaccines>), anlık erişim: 18.32-04.12.2022.

İNTERNET KAYNAKLARI

- ACCORD, <https://bangladeshaccord.org/signatories> - anlık erişim: 20.33 - 05.11.2022
- Bangladeş Antlaşması, (<https://www.calismatoplum.org/makale/banglades-anlasmasi-tekstil-iscilerinin-umudu-olabilir-mi>) – anlık erişim: 17.56 – 09.11.2022
- FORBES, <https://www.forbes.com/sites/forbesdigitalcovers/2021/05/14/virus-book-excerpt-nina-burleigh-how-the-covid-19-vaccine-injected-billions-into-big-pharma-albert-bourla-moncef-slaoui/?sh=40f2d7d57d80> – anlık erişim: 09.44 – 01.12.2022
- UNCTAD, (<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GMHV-gFtHqLAJ:https://unctad.org/system/files/non-official-document/WIR-2020Tab19.xlsx&cd=2&hl=tr&ct=clnk&gl=tr>), anlık erişim: 20.40-12.11.2022
- UNICEF Karadağ, <https://www.unicef.org/montenegro/en/stories/43-citizens-believe-conspiracy-theory-regarding-concealment-information-about-vaccines> , anlık erişim: 18.32-04.12.2022

“

Bölüm 11

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Mehmet Ozan CİNEL¹

Tuncay ODABAŞ²

”

1 Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Giresun, Türkiye, ozan.cinel@giresun.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4606-8097

2 Doktora Öğrencisi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Giresun, Türkiye, tuncayodabas.91@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5650-3614

GİRİŞ

Günümüz işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında en önemli sosyal sorumluluk faaliyetlerinin başında çevreyi korumaya dair gerçekleştirdikleri faaliyetler gelmektedir. İşletmeler ekonomik çıkarlarını düşünmenin yanı sıra sosyal sorumluluklarının da farkında olan ve hem işletme içindeki hem de işletme dışındaki gelişme ve değişikliklere ilgi gösteren kuruluşlara dönüşmüşlerdir. Artık işletme, yalnızca maddi kazanç elde etme amacı güden bir kuruluş değil, paydaşlarına karşı sosyal sorumlulukları da bulunan bir kuruluştur. Bu bağlamda kurumsal sosyal sorumluluk son zamanlarda kurum değerleri noktasında güç ve önem yönünden önde gelen, hâkim bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla hem kurum yöneticileri hem de akademik camiada dikkat çeken ve oldukça popüler olan bir kavramdır.

Toplumun üretebildiğinden daha fazlasını tüketmemesi gerektiğine yönelik düşüncenin penceresinden bakıldığında kurumsal sosyal sorumluluk, sadece işletmeler ile çalışanlar, ortaklar, tedarikçiler, müşteriler ve rakipler gibi öncelikli paydaşlar için değil, hükümetler ve uluslararası toplum için de öncelikli bir gündem maddesidir. Dünyanın birçok noktasında meydana gelen çevre sorunlarının temeli ekonomi ve çevre arasındaki dengesizliğe dayanmaktadır. İnsanoğlu bir taraftan hızlı bir gelişimin yaşandığı bilim, teknoloji ve sanayi ile ekonomik anlamda yaşam kalitesini yükseltirken, diğer taraftan da doğaya zarar vermektedir. Bu nedenle insan ile doğa arasında denge kurulmadan gerçekleştirilen kalkınma faaliyetlerinin yarardan çok zarar getirmesi, kısa vadede elde edilmeye çalışılan ekonomik kazançların orta ve uzun vadede kayıplara dönüşmesi ve günün sonunda ekonominin gerilemesi kaçınılmazdır.

Bugünün dünyasında insan kaynağını ve insanı ilgilendiren bütün konuları ön plana çıkarmak için insan merkezli iyi bir yönetim bakış açısı gereklidir. İnsanın merkeze koyulmaya başlandığı bu yapıda kuruluş gayeleri kar elde etmek olan özel teşebbüslerde insanı odak noktası haline getirme noktasında önemli adımlar atmaya başlamışlardır. Dünyaya bakış açısı ve algılama şekli olarak karşımıza çıkan insan merkezli bu olgu, toplumsal hayata sivil örgütlenmeler ile yansımış, işletmeler boyutunda ise “sosyal sorumluluk” kavramını gündeme getirmiştir.

Diğer taraftan rekabet avantajının kazanılmasında, örgütün bilgi yaratma, yönetme ve transfer etme yetkinliğinin geliştirilmesinde yetkin bir insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla entelektüel bilgi düzeyi yüksek, yaratıcı, deneyimli, analitik yetkinlikleri gelişmiş ve sadık bir işgücünün tedariki ve seçimi gittikçe stratejik bir alan olmaktadır. Açıkçası işletme geniş bir yetkinlik havuzu oluşturabildiğinde, seçme etkinliğini de o ölçüde geliştirebilmektedir. Bu yüksek statü, diğer gelişme-

lerle birlikte özellikle stratejik insan kaynakları yönetimine dönük vurgunun ön plana çıkmasına yol açmıştır. Artık astların basit şekilde motive edilmesi yeterli gelmemekte, insan kaynakları yöneticilerinin stratejik planlamalar yapması beklenmekte ve nihai hedef olarak insan kaynaklarının örgüt hedefleri ile uyumlu bir biçimde oluşturulması gerekmektedir. Rekabet üstünlüğü kazanmada taklit edilemeyen insan unsurunun önemini anlayan işletmeler, her geçen gün insana daha fazla yatırım yapmaya başlamıştır. Bu çerçevede, çalışanların, müşterilerin ve diğer paydaşların bir işletmenin sosyal sorumluluk uygulamaları ile ilgili algılamaları, söz konusu örgüte yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir.

Kurumsal çevre yönetiminde, çevre bilincine yönelik uluslararası düzenlemelere uymak için çevre koruma faaliyetlerini yürütmekten başka bir seçeneği olmayan işletmeleri çevresel konularla ilgilenmeye iten Montreal Sözleşmesi ve Kyoto Protokolü gibi uluslararası güçlerdir. Öte yandan tüketicilerin de çevre bilincinin artması, çevre dostu ürünleri seçmesi ve hatta yeşil ürünler için nispeten yüksek fiyat ödeme konusunda istekli olması işletmelerin kurumsal çevre yönetimi anlayışını benimsemelerini zorunlu kılmaktadır. Ancak 21. yy. şartlarında işletmelerin sadece salt kurumsal sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri ve çevreyi koruyan programlar geliştirmeleri yeterli olmamaktadır. Dünyanın içinde bulunduğu çevresel sorunlar göz önüne alındığında artık işletmelerin çevresel konularda proaktif tutum sergileyerek sorunlar daha ortaya çıkmadan isabetli öngörülerle uygun politikalar geliştirmeleri gerekmektedir. Bu ise ancak işletme faaliyetlerini yürüten bireylerin çevreci bir bilinçle hareket etmesi ve işletme fonksiyonlarının çevreci bir bilinçle tasarlanmasıyla mümkündür. Bunun gerçekleşmesine çok büyük katkı sağlayacak husus da işletmelerin insan kaynakları birimlerinin izleyecekleri politikalarıdır.

İşletmeler, çalışanlarından bağımsız olarak düşünülemeyeceğinden işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik açısından başarıya ulaşmaları insan kaynakları yönetimlerinin başarılı çevreci politikalar geliştirmesi, çalışanlarda çevreci bir bilinç oluşturmaları ve bunun çalışanların iş ve sosyal hayatlarına yansıtılması ile gerçekleştirilebilir. Çalışanlarda çevreci bilinç oluşturma konusunda en önemli konu işletmelerin insan kaynakları departmanlarına düşmektedir. Bu noktada karşımıza özellikle çevreci uygulamaların insan kaynakları süreçlerine yerleştirildiği Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi (Yeşil İKY) uygulamaları çıkmaktadır. Yeşil İKY'nin bir diğer boyutu da kurumsal sosyal sorumluluktur.

Literatür incelendiğinde Yeşil İKY ile ilgili Dünyada birçok araştırma yapılmış olmasına rağmen Türkiye'de henüz kısıtlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ise literatürde geniş bir yer bulmasına karşın yeşil insan kaynakları ile ilişkisi bağlamında pek

fazla inceleme söz konusu değildir. Bu nedenle konunun ülkemizde daha detaylı incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)

Kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) ortaya çıkışı ve gelişimi tarihsel bir süreçtir ve dinamik olarak gelişmiştir. 1970’lerden önce, “işletmenin sorumluluğunun karı maksimize etmek olduğu” görüşü her zaman baskındı, ancak 1970’lerden sonra, ekonomik entegrasyon derecesinin sürekli iyileştirilmesi ile insanlar, işletmenin ekonomik hedeflerini gerçekleştirirken paydaşların çıkarlarının maksimize edilmesine dikkat etmeye başlamışlardır. Dolayısıyla artık KSS anlayışı, geçmişte işletmenin sadece hissedarlarına karşı sorumlu olduğu kapsamının ötesine geçmiştir (Peng, vd., 2019). Bu doğrultuda 2010 yılında yapılan bir kamuoyu araştırması, tüketicilerin yaklaşık %90’ının işletmelerin iş hedeflerini gerçekleştirirken sosyal sorumluluklarını da üstlenmeleri gerekliliğini ortaya koymuştur (Wu, vd., 2017).

KSS, iş dünyası içerisinde popüler ve oldukça ilgi gören bir kavramdır. KSS’nin tanımı, hayatta kalmak ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmek için sürekli değişen iş ortamına bir yanıt olarak çevresel, sosyal ve ekonomik yönleri kurumsal stratejiye asimile edecek şekilde zaman içinde gelişmiştir (Ikram, vd., 2019; Le, vd., 2021). Lantos’a göre (2001), KSS’nin belirli bir kalıba sığdırılmış sınırları olmadığından, herkes tarafından kabul gören evrensel bir tanımı yoktur. Dolayısıyla literatürde birçok farklı tanıma rastlamak mümkün olmakla birlikte bu tanımların ortak paydasında, işletmelerin paydaşlarına karşı olumsuz işlerden uzak durması ve onlar için faydalı işler yapması bulunmaktadır (Yılmaz, 2011). İşletmeler kar elde ederken hem çevreyi hem ülkeyi hem toplumu hem de dünyayı düşünerek hareket etmelidir. Buradan hareketle KSS, işletmenin yönetiminden sorumlu olan yöneticilerin yönetim faaliyetlerini yerine getirirken toplumun sahip olduğu değer yargılarını ve sosyal gereksinimlerini dikkate alarak yönetmesi (Solmaz, 2005); bir işletmenin amacı her ne olursa olsun sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmesinde ön ayak olan “sorumlu” faaliyetleri (Aguinis vd., 2020); kuruluşların faaliyetleri ve sosyal emek, çevre ve insan hakları meseleleri aracılığıyla ürettikleri etkiden kaynaklanan, paydaşlara karşı ulusal ve uluslararası yasal ve etik taahhütler ve birleşik bir dizi yükümlülük (Garcia-Madariaga ve Rodriquez-Rivera, 2017); kurumsal kaynakların katkısı ve gönüllülük esasına dayalı iş uygulamaları sayesinde toplumsal refaha katkı sağlamak (Kotler ve Lee, 2005) şeklinde tanımlanmaktadır. Avrupa Komisyonu’na (2011) göre KSS, sosyal, çevresel ve etik konuları ticari faaliyetlere entegre eden ve paydaşlarla işbirliği yapan ve sonuçlarını sürdürülebilir bir perspektiften ölçen “işletmelerin toplum üzerindeki etkilerinden sorum-

lu olmaları” olarak tanımlanmaktadır. Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (WBCSD) (2004) ise KSS’yi “bir işletmenin, yaşam kalitelerini iyileştirmek için çalışanlar, aileleri, yerel topluluk ve genel olarak toplumla birlikte çalışarak sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunma taahhüdü” olarak tanımlamaktadır.

KSS’nin tanımına ilişkin literatürdeki ortak noktaları ve fikir birliğini ortaya çıkarmak amacıyla Dahlsrud (2008) tarafından yapılan bibliyometrik analiz, bu yıla kadar yapılan tüm tanımların üç ortak noktası olduğunu vurgulamaktadır:

- Paydaşlara verilen önem,
- İşletmelerin KSS eylemlerindeki gönüllülük derecesi,
- Sosyal, ekonomik ve çevresel yükümlülüğü temsil eden eylemlere atıfta bulunulması ve bu taahhütlerin sürdürülebilir kalkınma ile ilişkilendirilmesidir.

Dahlsrud’un analizi ayrıca küreselleşme, işletmelerin faaliyet gösterdiği yeni dinamik ve rekabetçi bağlam, yeni aktörler ve uluslararası yasalar gibi konuların toplumun işletmelerden beklentilerini ve vatandaşların yaşam biçimlerini değiştirdiğini göstermektedir.

KSS, çevrenin korunması, tedarikçi ve tüketicilerle ilişkiler, insan kaynakları yönetimi, yerel topluluklarla ilişkiler gibi birçok karmaşık konu ile ilişkisi olan her türlü faaliyeti içerisinde barındırmaktadır (Branco ve Rodrigues, 2006).

KSS, çevreyi koruma, insan kaynakları yönetimi, iş sağlığı ve güvenliği, yerel topluluklarla ilişkiler, tedarikçilerle ve tüketicilerle ilişkiler gibi karmaşık konularla ilgili olan her türlü faaliyeti kapsamaktadır (Branco ve Rodrigues, 2006). Herrera ve Heras-Rosas (2020), KSS’yi, bireyin kendisini takip eden organizasyonu nasıl gördüğüne bağlı olarak çeşitli anlamlar alabileceği bir kavram olarak ileri sürmüştür. KSS’nin ihtiyaç sahibi insanlara yapılan bağışlar, toplumsal sorunun çözülmesi, toplumsal kalkınmanın kolaylaştırılması vb. gibi örgütsel çıkarların toplumun ve paydaşların çıkarlarıyla bütünleştirilmesini garanti eden bir örgütsel politika olduğuna inanılmaktadır (Kazmi ve Abbas, 2021). KSS dinamik firmalarda değer, rekabetçi ruh ve yaratıcılık yaratmak için sosyal bir avantajdır (AlSuwaidi, vd., 2021). Ayrıca KSS tüm işletme üyelerinin işletmeye ve topluma fayda sağlayabilmesi noktasında birlikte çalışmaya yardımcı olmaktadır (Chian, 2021).

KSS, işletmelerin işleyişini ve toplumsal uyumu etkilediğinden toplumun her kesiminin ilgisini çekmektedir. Yavaş yavaş KSS faaliyetleri gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru yayılmakta ve dün-

ya genelinde genişleyen bir trend oluşturmaktadır. Giderek daha fazla işletmenin, yalnızca yasal uyumluluk ihtiyaçlarını karşılamak için değil, aynı zamanda diğer işletmeler ve müşterilerle daha iyi iletişim kurmak için sürdürülebilirlik raporları veya kurumsal sosyal sorumluluk raporları yayınladıkları görülmektedir (Omoloso, vd., 2020).

İşletmeler, paydaşlarının zihninde kendilerini rakiplerinden ayırt edebilecek benzersiz bir bireysellik yaratmalıdır (Kumari, vd., 2021). Literatürdeki birçok çalışma, işletmelerin KSS girişimlerinin bu hedefe ulaşmasını kolaylaştırdığını ortaya koymuştur (Chian, 2021; Viererbl ve Koch, 2022; Abbas, 2020). KSS'nin ana fikri, işletmelerin kârlarının önemli bir bölümünü toplumun iyileştirilmesi için ödemeleri gerektiğidir. Bu rol, toplum veya örgütsel sosyal operasyonlardan etkilenebilecek bireyler için sosyal veya çevresel olarak faydalı olabilir (Herrera ve Heras-Rosas, 2020). KSS ayrıca diğer faydaların yanı sıra daha sadık müşteriler (Hwang, vd., 2022), daha iyi tedarikçi ilişkileri ve özel ve motive çalışanlar ile sonuçlanan kurumsal itibar oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Kumari vd., 2021).

KSS ile ilgili önceki araştırmalar, KSS'yi anlamak için çeşitli perspektiflerden yaklaşmıştır. Bu araştırmalardan biri Sheehy (2014) tarafından yapılmış olup, araştırmacı KSS'yi ekonomiden fedakârlık, yönetimde uyumdan daha fazlası, kurumsal perspektiften sosyo-politik eylemler, yasal odaktan yönetim kurulu yükümlülüğü olarak tanımlamış ve KSS'yi bir sorumluluklar piramidi olarak görmüştür. Bu bağlamda Carroll (1999) tarafından ortaya atılan ve dört bileşenden oluşan hiyerarşik sorumluluk piramidi büyük ölçüde kabul görmüştür. KSS'nin ekonomik, yasal, etik ve hayırsever boyutlardan oluştuğunu öne süren piramit Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil:1 Carroll'un KSS Piramidi

Kaynak: Carroll, 2016

Şekil 1’de yer alan piramide göre ekonomik boyut, kârlılık ve işletme verimliliği gibi paydaşlara ait ekonomik sorumlulukları simgelemekte; yasal boyut ve düzenlemelere uyma sorumluluğunu içermektedir. Bu noktadan hareketle KSS piramidinin altyapısını ekonomik ve yasal boyutlar tesis etmektedir. Etik boyut, yasal zorunlulukların ilerisine geçerek, karar vermede ve normal işlemlerde adil olma yükümlülüğüdür. Hayırseverlik boyutu ise piramidin en tepesinde yer almakta ve insan refahını ile iyi niyetini özendiren etkinliklerde bulunma sorumluluklarını incelemektedir. Kurumsal hayırseverlik, kuruluşların aslında gönüllü eylemlerini içerdiğinden, sadece kalkınmayı ve sosyal refahı desteklemekle yetinmemekte, ayrıca müşteri satın alma niyetlerini, marka değerini ve kurumsal itibarı da geliştirmektedir (Zhang vd., 2021).

Diğer taraftan KSS hareketini ortaya çıkaran bazı başlıca ölçütler söz konusudur. Bu ölçütleri sürdürülebilirlik, hesap verebilirlik ve şeffaflık olarak sıralamak mümkündür (Crowther ve Aras, 2008).

- **Sürdürülebilirlik**, şu anki eylemin ileride de kullanılabilecek alternatifler üzerindeki etkisi ile ilişkilidir. Örneğin elimizdeki kaynaklar şu anda kullanılıyorsa, ilerleyen zamanlarda bu kaynaklar bulunmaz; bu nedenle miktar açısından sınırlı olan kaynakların kullanımı özellikle önem arz etmektedir. Elimizdeki kaynakların şimdiki zamanda sağladığı görevlerini gerçekleştirmek için gelecekte seçeneklere ihtiyaç duyulacaktır. Göreceli olarak söz konusu sorun uzak bir zamanda da yaşanabilir, ancak burada daha önemli bir sorun, var olan kaynaklar tükendikçe geride kalan kaynaklara ulaşma maliyetinin artma eğilimi göstermesi ve bu sebeple işletmelerin operasyonel maliyetlerinin artma eğilimi göstermesi olmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilirlik, toplumun yenilenebilecek olandan daha fazla kaynak kullanmaması gerektiğini ifade etmektedir.

- **Hesap verebilirlik**, faaliyetlerinin dış çevreyi etkilediğini kabul eden ve bu nedenle faaliyetlerinin sonuçları için sorumluluk alan bir işletme ile alakalıdır. Dolayısıyla hesap verebilirlik, işletmenin içinde ve dışında ortaya çıkan faaliyetlerin sonuçlarının miktarını belirtmektedir. Daha spesifik anlamda, sözü edilen miktarın bu faaliyetlerden etkilenen tüm taraflara rapor edilmesini içermektedir.

- **Şeffaflık**, ilke olarak, işletmelerin gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlerin dış etkisinin işletme raporundan tespit edilebilmesi ve bu raporlara herkesin erişebilmesinin sağlanması anlamına gelmektedir. Şeffaflık, işletmenin özellikle dış paydaşları açısından önem taşımaktadır. Çünkü dış paydaşlar iç paydaşlar kadar bilgiye ve detaya sahip değildir.

2. Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi

Son yıllarda iş çevrelerinde yeşile gitmenin ve çeşitli çevre yönetimi tekniklerinin benimsenmesinin önemi noktasında artan bir farkındalık gözlemlenmektedir. Bir taraftan kurumsal dünya küreselleşirken diğer taraftan iş dünyası da geleneksel finansal yapıdan, yeşil finansal yapıya dayalı modern ekonomiye geçiş yaşamaktadır (Ahmed ve Nisar, 2015). Yaşanan geçiş ile birlikte oluşan yeni dönemde çevresel hedefler, ortaya çıkan çevresel sorunlar göz önünde bulundurularak ele alınmaktadır (Renwick, Redman, Maguire, 2008). Dolayısıyla işletmelerin ekolojik kaygılara ve çevresel zararlara neden olan bu tür sorunların çözümüne dahil olmaları gerekmektedir. Bu nedenle çevre yönetimi işletmelerin süreçleriyle bağlantı içerisindedir. Ayrıca işletmelerin çevre yönetimi ile insan kaynakları yönetimi de ilişki içerisindedir. Çünkü işletmelerdeki tüm süreç ve prosedürler insan kaynakları yönetimine dayanmaktadır (Jabbour vd., 2010). Literatürde insan kaynaklarının başarılı bir çevre yönetiminin gerçekleştirilmesinde merkezi bir öneme sahip olduğu kabul görmektedir (Daily ve Huang 2001; Jackson vd., 2011). Nitekim çevrenin korunması bağlamında insan kaynakları yönetimi (İKY) seçim, performans değerlendirme ve eğitim gibi uygulamaları çevresel hedeflerle uyumlu hale getirerek çevre yönetiminin başarılı bir şekilde formüle edilmesini ve uygulanmasını kolaylaştırabilmektedir (Daily ve Huang 2001). Buradan hareketle yeşil insan kaynakları yönetimi (Yeşil İKY) olarak adlandırılan yeşil kavramlarının insan kaynakları yönetimine entegre edilmesine yönelik artan bir ihtiyaç ön plana çıkmaktadır (Moraes vd., 2018).

Yeşil İKY, çevre yönetiminin insan kaynağı tarafını ortaya koymaktadır (Renwick, Redman ve Maguire, 2013). Yeşil İKY, çalışanları çevre yanlısı yapan bir yapının oluşturulması, uygulanması ve sürdürülmesi ile ilgili uygulamalar (Opatha ve Arulrajah, 2014); işletmenin çevre güvenliğine yönelik yönelimini gösteren belirli İKY uygulamalarından oluşan bir sistem (Mishra, Sarkar ve Kiranmani, 2014); çalışanların çevre yanlısı davranışlarını geliştirmek, beklentilerini karşılamak ve örgütsel hedeflere ulaşmak için İKY'nin iş tasarımı, personel alımı, eğitim ve geliştirme, motivasyon gibi işlevlerine yeşil yönetim unsurlarının dahil edilmesi (Shah, 2019); olumlu çevresel sonuçları artıran İKY faaliyetleri (Renwick vd., 2008); işletmelerde kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik etmek ve çalışanların memnuniyetini daha da artıran çevrecilik amacını desteklemek için İKY politikalarının kullanılması (Mampra, 2013); bir kuruluşun sürdürülebilirlik girişimlerinin bir parçası olarak çalışanların yeteneklerini, bağlılıklarını ve bu tür hedefleri desteklemek için katılımlarını oluşturmak yoluyla yeşil hedefleri gerçekleştirmek için uygulanan bir dizi İKY uygulaması (O'Donohue ve Torugsa, 2016) olarak tanımlanmıştır. Yapılan bütün bu tanımlardan hareketle sürdürülebilir organizas-

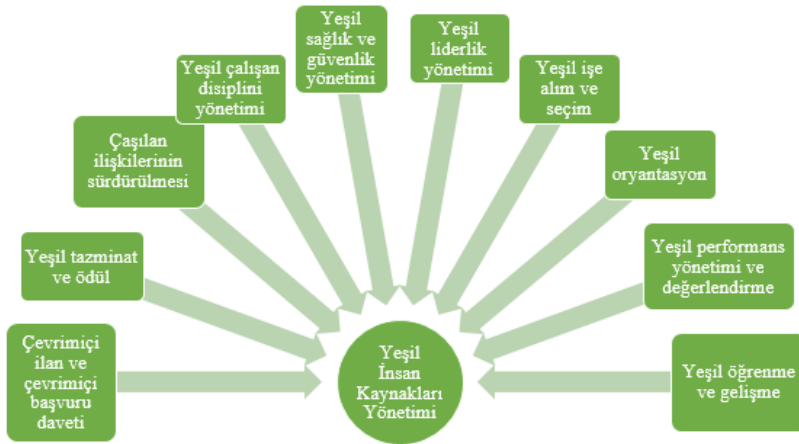
yonlar inşa edebilmek için sürdürülebilirliği insan kaynakları çerçevesine entegre etmenin artık bir ihtiyaç olduğu görülmektedir (Jabbour ve Santos, 2008). Bu bağlamda Yeşil İKY çevresel hedefleri güçlendirerek çevre bilincine sahip olan ve çevresel sürdürülebilirlik amacına adanmış bir işgücü geliştirmek için çeşitli İKY uygulamalarının kullanılmasını içermektedir (Masri ve Jaroon, 2017).

Yeşil İKY'nin amacı, çalışanlarda çevre duyarlılığı geliştirmek ve davranışların çevreyi nasıl etkilediğinin farkına varmalarını sağlamaktır (Muster ve Schrader, 2011). Yeşil İKY'nin uygulanmasının ardında yatan bir diğer amaç da yeşil örgüt kültürünü teşvik etmek ve çalışanların çevreyle ilgili davranışlarını geliştirmektir (Saeed vd., 2019). Yeşil İKY araçları, prosedürleri ve uygulamaları, çalışanların çevresel atıkları azaltmak, maliyet giderme sürecinde verimliliği artırmak ve ürünleri iyileştirmek gibi çevre dostu davranış sürecine katılımını artırmaktadır (Robertson ve Barling, 2013).

Yeşil İKY uygulamalarının tartışılmaya başlanmasından bugüne, bu uygulamaları etkileyen faktörleri ve sonuçları araştıran birçok çalışma yapılmıştır (Haddock-Millar, Sanyal ve Müller-Camen, 2015; Harvey, Williams ve Probert, 2013; O'Donohue ve Torugsa, 2015; Tariq, Jan ve Ahmad, 2014). Diğer taraftan Jabbour, Santos ve Nagano (2010) İKY'yi çevre yönetimi ile ilişkilendirmiş ve Yeşil İKY uygulamaları olarak bilinen değerlendirmedeki tüm öğelerin iş tanımı ve analizi, işe alım ve seçim, eğitim ve performans değerlendirme, ödüller ve tazminat, işten çıkarma gibi insan kaynakları süreçlerine çevresel boyutları dahil ettiği bir dizi ölçüm modeli geliştirmişlerdir. Yeşil işe alım ve seçim, çalışanların çevresel inançlar, değerler ve bilgilerle ilgili sorularla tamamlanan çevresel konulara yönelik olumlu bir tutuma sahip olmalarını sağlamayı amaçlayan testler aracılığıyla yeşil farkındalığa sahip adayların işe alınmasını ve seçilmesini içermektedir (Renwick vd., 2013; Tang vd., 2018). Yeşil eğitim programları, yalnızca çalışanların yeşil faaliyetler konusundaki farkındalığını, bilgisini ve becerilerini artırmak için değil, aynı zamanda tüm çalışanları yeşil girişimlere dahil olmaya teşvik eden bir iklim oluşturmak için tasarlanmıştır (Fernandez, Junquera ve Ordiz, 2003). Yeşil eğitim, yeşil hedeflere yönelik tutumları ve duygusal katılımı değiştirmeye odaklanmaktadır (Bissing-Olson, Iyer, Fielding ve Zacher, 2013; Zibarras ve Coan, 2015). Yeşil entegre eğitim sadece yeşil kapsamlı programları içermekle kalmaz, aynı zamanda bunları yeşil bir iklim yaratmaya yardımcı olabilecek bir yaklaşım olan performans yönetim sistemleriyle de ilişkilendirir (Renwick vd., 2013; Tang vd., 2018). Yeşil performans yönetimi, çalışanların yeşil yönetim sürecindeki performanslarının değerlendirilmesinin (Jabbour ve Santos, 2008) yanı sıra yeşil performansları hakkında geri bildirim verilmesini de içermektedir (Zibarras ve Coan, 2015). Yeşil

performans yönetimine uygun olarak, yeşil seyahat avantajları, yeşil vergi ve yeşil takdir şeklinde finansal teşviklerin yanı sıra finansal olmayan ödüller de sunulmalıdır (Tang vd., 2018). Son olarak, çalışanlara açık bir yeşil vizyonun ifade edilmesi, yeşil bir öğrenme ortamı ve çeşitli iletişim kanalları oluşturulması, yeşil faaliyetler sunulması ve bir bütün olarak yeşil katılımın teşvik edilmesi dahil olmak üzere çevre yönetimine katılma fırsatları verilmelidir (Tang vd., 2018; Luu, 2019).

Temel olarak insan kaynakları süreci ile yeşil insan kaynakları sürecinin akışı aynıdır. Rezaei-Moghaddam (2016) yeşil insan kaynakları sürecini üç temel perspektife dayandırmaktadır. Birincisi, yeşil insan kaynakları yeteneklerinin geliştirildiği seçme-yerleştirme, işe alım, eğitim ve geliştirme fonksiyonlarını içermektedir. İkincisi, çalışanların performans değerlendirmesi, ödüllendirilmesi ve motivasyonların sağlanması ile ilgilidir. Üçüncüsü ise yeşil organizasyon kültürünün oluşturulması ve çalışanların güçlendirilmesini kapsamaktadır. Yeşil İKY süreci, işe alım ve yerleştirme, eğitim ve geliştirme, insan kaynakları planlaması, oryantasyon, performans yönetimi, kariyer geliştirme, ücretlendirme/ödüllendirme gibi temel işlevler ile başlayıp, yeşil liderlik, yeşil çalışan denetimi, online (çevrimiçi) iş ilanları ve başvuruları, çalışan ilişkilerinin sürdürülmesi gibi daha spesifik işlevler ile tamamlanmaktadır (Yavuz, 2020).



Grafik 1: Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Süreci

Kaynak: Hosain ve Rahman, 2016

İKY bir kuruluşun etkili bir sürdürülebilirlik yaklaşımının uygulanması için çok önemli bir zorluk olarak görmenin bir dizi nedeni vardır. İlk

olarak, İKY, işe alım, seçim, eğitim, gelişim, performans değerlendirme, ödüller, ücret yönetimi ve işten çıkış politikalarının yanı sıra değerlerin ve kurum kültürünün iletilmesi yoluyla bir kuruluşun sürdürülebilirliğinin tam kalbinde yer alan kurumsal politika ve uygulamaların yeşillendirilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır (Renwick vd., 2013). İkinci olarak, sürdürülebilirlik yaklaşımına doğru kurumsal değişimin gerektirdiği değişiklikler, sadece yeni yeşil ve İKY uygulamalarından doğrudan etkilenenlerin değil hem yönetimin hem de tüm çalışanların taahhüdünü gerektirmektedir. Dolayısıyla bu faaliyetler bir kuruluşun tüm üyeleri arasında yeşil davranışları teşvik edebilmekte ve sürdürebilmektedir (Dubois ve Dubois, 2012). Ayrıca, sürdürülebilirliğe yönelik etkili bir kurumsal yaklaşım sadece resmi kurallara uyulmasını değil, aynı zamanda çalışanların işyerinde elektrik veya kâğıt tüketiminin azaltılması ve asansör yerine merdiven kullanılması gibi gönüllü yeşil girişimleri kabul etmesini ve bunlara katılmasını gerektirmektedir (Ren vd., 2018). Yeşil İKY'nin öneminin bir başka faktörü de çevresel konuların çalışanların kişisel yaşamlarını farklı şekillerde etkilemesi gerçeğinde yatmaktadır. Bunun nedeni sadece çevre kalitesinin bireylerin yaşam kalitesi üzerinde bariz bir etkiye sahip olması değil, aynı zamanda çevresel sorunların çalışanların davranışları, değerleri ve seçimleriyle bağlantılı olmasıdır (Taylor ve Lawrence, 2012). Literatürde yapılan birçok çalışmada bu konuya atıfta bulunarak, işletmelerin yeni çalışanlar ararken daha yeşil işler veya daha yeşil şirketlerle çalışmayı tercih eden artan sayıda potansiyel aday ile karşılaştığını ortaya koymuştur (Brekke ve Nyborg, 2008; Guerci vd., 2016; Grolleau vd., 2012).

3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi İlişkisi

Örgütsel stratejiler, ulusların ve ekonomilerin gelişmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Abbas ve Doğan, 2022). Ancak üretim faaliyetleri başta olmak üzere doğal kaynakların bozulması ve kirliliğin artması gibi birçok neden doğal çevreye önemli ölçüde zarar vermektedir (Ayayi ve Wijesiri, 2022). Doğal kaynaklardaki önemli azalmayı ve doğal iklimin kötüleşmesini göz önünde bulunduran Birleşmiş Milletler (2020), işletmeleri gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan mevcut gerekliliklere uyabilmeleri için operasyonlarını yeşile dönüştürmeye davet etmektedir. Nitekim müşteriler çevre ve pazarın rekabetçi doğası hakkında daha bilinçli hale geldikçe, işletmeler de itibarlarını ve performanslarını iyileştirmek için çeşitli önlemler almaktadır (Lee, 2020). Bu noktada KSS, yeşil kültür, geri dönüştürülebilir ürünler ve diğer yeşil uygulamalar, birçok şirketin kendilerini çevre dostu (Ayayi ve Wijesiri, 2022) ve sosyal açıdan sorumlu olarak göstermeye yönelik pazarlama çabalarının bir parçasıdır.

KSS ve İKY'nin etik yönlerinin son zamanlarda uyandırdığı ilgi, KSS ve İKY'yi birbirine bağlayan araştırma ve uygulamalara artan bir odaklanma ile el ele gitmektedir (Brammer, Millington ve Rayton, 2007; Cooke ve He, 2010; Gond, Igalens, Swaen ve El Akremi, 2011; Morgeson, Aguinis, Waldman ve Siegel, 2013). İKY, KSS'nin anlaşılma, geliştirilme ve hayata geçirilme biçimini önemli ölçüde etkilemektedir. Benzer şekilde şirketlerin sosyal sorumluluğa nasıl yaklaştığının da çalışanlara yönelik muamele üzerinde etkileri vardır. Sheopuri ve Sheopuri (2015), kuruluşların insan kaynakları departmanlarının KSS programlarının uygulanmasını sağlamada kritik bir rol oynadığını ve bunun da İKY ile KSS arasındaki mevcut ilişkinin bir göstergesi olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte, Voegtlin ve Greenwood (2016) bu iki kavram arasında ters bir korelasyon olduğunu öne sürmektedir. Buna göre, İKY yalnızca KSS'nin öncülü olarak değil, aynı zamanda KSS de insan kaynakları uygulamalarına katkıda bulunan bir kavram olarak görülmektedir.

İnsan kaynakları, sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir rol oynadığından ve herhangi bir işletmede finansal roller üstlendiğinden, İKY ile bağlantılı çevresel girişimler, daha geniş kapsamlı bazı KSS programlarının bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Ahmad, 2015). Geçmişten günümüze KSS kavramında önemli bir değişiklik yapılmamıştır, ancak yine de işletmeler için bir strateji geliştirmede kilit bir rol oynamaktadır (Kim vd., 2018; Ruggiero ve Cupertino, 2018) KSS, sosyal sorumluluk uygulamalarından sürdürülebilirliği de içerecek şekilde evrilmiştir (Ait Sidhoum ve Serra, 2018; Marco Fondevila, Moneva Abadía ve Scarpellini, 2018). Personel seçme, işe alma, eğitim ve geliştirme, performans yönetimi, ücret ve ödül sistemleri, kariyer planlama, yetenek yönetimi ve personeli elde tutma gibi insan kaynakları faaliyetleri, İKY ve KSS arasında bir sinerji duygusu yaratırken uygun KSS faaliyetlerinin geliştirilmesini ve uygulanmasını da potansiyel olarak desteklemektedir (Jamali vd., 2015). Genellikle, KSS faaliyetleri bir insan kaynakları ekibi veya insan kaynakları departmanı ile yakın uyum içinde çalışan ayrı bir ekip tarafından gerçekleştirilmektedir (Mishra, 2017). Bu nedenle kuruluşların KSS stratejilerini pratik önlemlere dönüştürmelerine yardımcı olmak için uygun bir yönetim yapısı sağlanmalıdır (Jamali vd., 2015). Stratejik İKY özellikle KSS'den faydalanmaktadır (Voegtlin ve Greenwood, 2016). Çalışanların KSS'ye ilişkin algıları, örgütsel bağlılığı, şirketin gelişimini, örgütsel davranışın oluşumunu ve performans iyileştirmelerini önemli ölçüde etkileyecektir (Kucharska ve Kowalczyk, 2019). Dolayısıyla KSS potansiyel olarak İKY'nin stratejik ve operasyonel desteğini kullanmaktadır (Jamali vd., 2015).

Diğer taraftan Yeşil İKY, KSS'ye yönelik artan talebe bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Cheema ve Javed, 2017). Wagner (2013) Yeşil İKY'yi

sürdürülebilir insan kaynakları yönetiminin bir alt kümesi olarak tanımlanmış ve bu alt kümenin kurumsal sosyal sorumluluk konularını da içerdiğini belirtmiştir. Yeşil İKY felsefesini takip eden yöneticiler, KSS kavramını her insan kaynakları politikasına uygulayarak işletmeleri sosyal ve çevresel açıdan daha sorumlu hale getirme konusunda kritik bir rol oynamaktadır (Alonso-Almeida, Fern'andez de Navarrete ve Rodriguez-Pomeda, 2015). Yeşil İKY ve KSS arasındaki iyi tasarlanmış koordinasyon, çalışanların katılım düzeyleri, insan kaynakları uygulamalarının yapısında yeni değişikliklerin teşvik edilmesi ve yeşil kavramların kuruluş içindeki anlamı ve önemi ile ilgili daha canlı fikirlere neden olacaktır.

Son zamanlarda yapılan çalışmalar, insan kaynaklarının çevreye yöneliminde bir eksiklik olduğunu ve bunun da başarılı bir KSS uygulamasının önünde büyük bir engel teşkil ettiğini göstermiştir (Odriozola, Martín ve Luna, 2015; Sampson ve Ellis, 2015; Voegtlin ve Greenwood, 2016). Buradan hareketle işletmelerin Yeşil İKY girişimlerini teşvik etmeden KSS uygulamalarında istenen sonuçlarına ulaşmalarının mümkün olmadığı görülmektedir (Roeck ve Delobbe, 2012; Al Kerdawy, 2018). Bu bağlamda literatürde, işletmelerin yeşil hedeflerine ulaşabilmesi amacıyla çalışanların yeşil davranışlarını teşvik etmek ve ortaya çıkarmak için etkili yeşil insan kaynakları yönetimini benimsemeleri önerilmektedir (Jackson ve Seo, 2010; Renwick, Redman ve Maguire, 2013).

Yeşil İKY, çalışanların yeşil becerilerini ve farkındalıklarını geliştirmeye yardımcı olmakta ve çalışanları KSS'nin önemli bir yönüne, yani kurumsal yeşil girişimlere ve faaliyetlere katılmaları için motive etmektedir. Başka bir deyişle, Yeşil İKY yeşil girişimleri uygulamak için kullanılan önemli bir örgütsel araçtır. Bu nedenle Yeşil İKY büyük ölçüde KSS ile ilişkili ancak ondan farklıdır (Shen, Dumont ve Deng, 2016).

SONUÇ

Sosyal sorumluluk eylemlerine odaklanan bir iletişim stratejisi aracılığıyla çalışanların güvenini ve işveren kurum ile özdeşleşmesini sağlamak sürecinde, gerçekleştirilen faaliyetlerin türü önemlidir. Ne yazık ki bazı işletmeler kurumsal sosyal sorumluluğa ilgi gösteriyormuş gibi görünerek çalışanlar da dahil olmak üzere paydaşlarını kandırmaya çalışabilmektedir. Oysaki kurumsal sosyal sorumluluk algısı yaratmak için dezenformasyon yayan, doğası gereği sürdürülemez veya ahlaki açıdan sorgulanabilir davranışlarda bulunan ve kamu yararını yanıltıcı katkılarda bulunan işletmeler için başarısızlık kaçınılmaz bir reçetedir. KSS, toplum üzerinde olumlu bir etki yaratmakla ilgilidir. Çevre veya toplumla ilgili kaygıları günlük faaliyetlere daha iyi entegre edebilmek için kurumsal süreçleri yönetmeye yönelik bir yaklaşımdır ve işletmenin paydaşlarla gönüllü olarak nasıl etkileşim kurmayı seçtiğini göstermektedir. Bir kuruluş

ve çalışanları için KSS'yi nasıl tanımladıklarına dair net bir anlayışa sahip olmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışanlarla ilişki kurma ve KSS ile ilişkili olumlu sonuçlardan daha iyi yararlanmak için, çalışanların kendilerini kuruma bağlı hissetmelerini sağlayan girişimleri desteklemek, çalışan-şirket ilişkisinin araçsallığını güçlendirebilir.

Mevcut çevresel durumun genel bir değerlendirmesi, dünyanın geri dönüşü olmayan zararlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Çeşitli çalışmalar yirmi birinci yüzyılda çevre sorunlarının artan bir eğilim izlediğini göstermektedir. Bu bağlamda bireylerin, çevre örgütlerinin ve toplumun iyileştirici faaliyetlerine ek olarak, işletmelerin de çevresel sorunların azaltılmasında önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bireylerin kuruluşlar içindeki önemli rolleri göz önüne alındığında, yeşil insan kaynakları yönetiminde çevre dostu faaliyetlerin uygulanmasına ihtiyaç vardır. İKY faaliyetleri ve önlemlerinin bireyin kariyeri ve kişisel yaşamı üzerinde önemli etkileri vardır. Çalışanlar sadece şirket içinde değil, kişisel yaşamlarında da İKY önlemlerinin etkisi altında kalmaktadır. Yeşil İKY uygulamaları, personel arasında çevre ve çevre faktörlerine ilişkin daha fazla farkındalık, bilgi paylaşımı ve etkileşimle sonuçlanır. Yeşil politikalar ve prosedürler çalışanların sosyal sorumluluğunu artırmakta ve çevreyle ilgili görev ve taahhütlerini yerine getirmelerinde onlara rehberlik etmektedir. Ayrıca, Yeşil İKY'nin çalışanların isteyerek yeşil davranışlarda bulunduğu bir atmosfer ve ortamın yaratılmasına yardımcı olduğu söylenebilir.

Yeşil İKY, bir kurumda sürdürülebilir davranışların gerçekleştirilmesinde kritik bir araç olarak kabul edilmektedir. Kuruluşlar yeşil eğitim programları sunarak çalışanların bilgi ve becerilerini muhafaza etmeye, geliştirmeye ve iyileştirmeye odaklanmalıdır. Yeşil amaçlar ve hedefler tanımlanmalı, çalışanlar için finansal ve finansal olmayan ödüller sağlayan yeşil göstergeleri içeren yeşil bir ödül ve değerlendirme sistemi geliştirilmelidir. Böylece çalışanların yeşil konulara olan ilgileri, bağlılıkları ve katılımları artırılmalıdır. Diğer taraftan çalışanları kurumsal yeşil girişimleri destekleyen davranışlara katılmaları için motive etmeye yönelik bir yaklaşım, şirketin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin açıkça iletildiğinden emin olmaktır. Yani çalışanlar firmanın çevre ve sosyal refah üzerindeki etkilerini değerlendirme ve bunlardan sorumlu olma çabalarının farkında olmalıdır.

Yeşil İKY uygulamaları, çoğu işletme için hayatta kalmak, sürdürülebilirlik kazanmak ve iyi bir pozitif imaj yaratmada ihtiyaç duyulan bir yoldur. Dolayısıyla işletmeler sosyal olarak sorumlu davranmanın ve sürdürülebilir bir çevre yaratmanın bir yolu olarak yeşil bir yaklaşım benimsemektedirler. İster iç paydaşlar ister dış paydaşlar olsun yaşanan çevresel sorunlara karşı büyük bir endişe duymakta ve bu sorunları azaltmak adına

uygun düzenleme ve çözümler geliştirmektedirler. Bu nedenle yeşil girişimler uygulamak ve toplumlarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yoluyla çevre sorunlarını azaltmak çok önemlidir. Sonuç olarak yeşil faaliyetler ve KSS, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde ve sürdürülebilir performansa ulaşmasında yardımcı aktörlerdir. Yeşil faaliyetler kurumların yetenekli, çalışkan ve becerikli işgücünü çekmesine yardımcı olurken, KSS ise paydaşların gözünde firmaların iyi imajını oluşturur, marka imajını artırır ve toplumların sorunlarını çözmede yardımcı olur.

KAYNAKÇA

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118458.
- Abbas, J., & Dogan, E. (2022). The impacts of organizational green culture and corporate social responsibility on employees' responsible behaviour towards the society. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-11.
- Aguinis, H., Villamor, I., & Gabriel, K. P. (2020). Understanding employee responses to COVID-19: a behavioral corporate social responsibility perspective. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*.
- Ahmad, S. (2015). Green human resource management: Policies and practices. *Cogent business & management*, 2(1), 1030817.
- Ait Sidhoum, A., & Serra, T. (2018). Corporate sustainable development. Revisiting the relationship between corporate social responsibility dimensions. *Sustainable Development*, 26(4), 365-378.
- Al Kerdawy, M. M. A. (2019). The role of corporate support for employee volunteering in strengthening the impact of green human resource management practices on corporate social responsibility in the Egyptian firms. *European Management Review*, 16(4), 1079-1095.
- Alonso-Almeida, M. D. M., Fernández de Navarrete, F. C., & Rodriguez-Pomeda, J. (2015). Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis. *Business Ethics: A European Review*, 24(1), 1-17.
- AlSuwaidi, M., Eid, R., & Agag, G. (2021). Understanding the link between CSR and employee green behaviour. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 50-61.
- Bissing-Olson, M. J., Iyer, A., Fielding, K. S., & Zacher, H. (2013). Relationships between daily affect and pro-environmental behavior at work: The moderating role of pro-environmental attitude. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 156-175.
- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of business Ethics*, 69(2), 111-132.
- Brekke, K. A., & Nyborg, K. (2008). Attracting responsible employees: Green production as labor market screening. *Resource and Energy Economics*, 30(4), 509-526.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.

- Cheema, S., & Javed, F. (2017). The effects of corporate social responsibility toward green human resource management: The mediating role of sustainable environment. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1310012.
- Chian, M. (2021). *Consequences of corporate social responsibility initiatives for stakeholders* (Doctoral dissertation, Walden University).
- Cooke, F. L., & He, Q. (2010). Corporate social responsibility and HRM in China: a study of textile and apparel enterprises. *Asia pacific business review*, 16(3), 355-376.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporatesocialresponsibilityisdefined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
- Daily, B. F., & Huang, S. C. (2001). Achieving sustainability through attention to human resource factors in environmental management. *International Journal of operations & production management*.
- De Roeck, K., & Delobbe, N. (2012). Do environmental CSR initiatives serve organizations' legitimacy in the oil industry? Exploring employees' reactions through organizational identification theory. *Journal of business ethics*, 110(4), 397-412.
- de Souza Moraes, S., Jabbour, C. J. C., Battistelle, R. A., Rodrigues, J. M., Renwick, D. S., Foropon, C., & Roubaud, D. (2018). When knowledge management matters: interplay between green human resources and eco-efficiency in the financial service industry. *Journal of Knowledge Management*, 23(9), 1691-1707.
- DuBois, C. L., & Dubois, D. A. (2012). Strategic HRM as social design for environmental sustainability in organization. *Human resource management*, 51(6), 799-826.
- European Commission (2011). A renewed EU strategy 2011–14 for Corporate Social Responsibility [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681/_com_com\(2011\)0681_en.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681/_com_com(2011)0681_en.pdf) , Erişim Tarihi: 05.12.2022.
- Fernández, E., Junquera, B., & Ordiz, M. (2003). Organizational culture and human resources in the environmental issue: a review of the literature. *International Journal of Human Resource Management*, 14(4), 634-656.
- García-Madariaga, J., & Rodríguez-Rivera, F. (2017). Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21, 39-53.
- Gond, J. P., Igalens, J., Swaen, V., & El Akremi, A. (2011). The human resources contribution to responsible leadership: An exploration of the CSR–HR interface. In *Responsible leadership* (pp. 115-132). Springer, Dordrecht.

- Grolleau, G., Mzoughi, N., & Pekovic, S. (2012). Green not (only) for profit: An empirical examination of the effect of environmental-related standards on employees' recruitment. *Resource and Energy Economics*, 34(1), 74-92.
- Guerci, M., Montanari, F., Scapolan, A., & Epifanio, A. (2016). Green and nongreen recruitment practices for attracting job applicants: exploring independent and interactive effects. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 129-150.
- Haddock-Millar, J., Sanyal, C., & Müller-Camen, M. (2016). Green human resource management: a comparative qualitative case study of a United States multinational corporation. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 192-211.
- Harvey, G., Williams, K., & Probert, J. (2013). Greening the airline pilot: HRM and the green performance of airlines in the UK. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(1), 152-166.
- Herrera, J., & de las Heras-Rosas, C. (2020). Corporate social responsibility and human resource management: Towards sustainable business organizations. *Sustainability*, 12(3), 841.
- Hosain, S. ve Rahman M.D.S. (2016). Green Human Resource Management: A Theoretical Overview, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(6), 54-59.
- Hwang, J., Abbas, J., Joo, K., Choo, S. W., & Hyun, S. S. (2022). The effects of types of service providers on experience economy, brand attitude, and brand loyalty in the restaurant industry. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(6), 3430.
- Ikram, M., Zhou, P., Shah, S. A. A., & Liu, G. Q. (2019). Do environmental management systems help improve corporate sustainable development? Evidence from manufacturing companies in Pakistan. *Journal of Cleaner Production*, 226, 628-641.
- Jabbour, C. J. C., & Santos, F. C. A. (2008). The central role of human resource management in the search for sustainable organizations. *International Journal of Human Resource Management*, 19(12), 2133-2154.
- Jabbour, C. J. C., Santos, F. C. A., & Nagano, M. S. (2010). Contributions of HRM throughout the stages of environmental management: methodological triangulation applied to companies in Brazil. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(7), 1049-1089.
- Jackson, S. E., & Seo, J. (2010). The greening of strategic HRM scholarship. *Organization Management Journal*, 7(4), 278-290.
- Jackson, S. E., Renwick, D. W., Jabbour, C. J., & Muller-Camen, M. (2011). State-of-the-art and future directions for green human resource management: Introduction to the special issue. *German Journal of Human Resource Management*, 25(2), 99-116.

- Jamali, D. R., El Dirani, A. M., & Harwood, I. A. (2015). Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: The CSR-HRM co-creation model. *Business Ethics: A European Review*, 24(2), 125-143.
- Kazmi, S. J. A., & Abbas, J. (2020). Examining the impact of industry 4.0 on labor market in Pakistan. *Handbook of Smart Materials, Technologies, and Devices: Applications of Industry 4.0*, 1-11.
- Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83-93.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). Best of breed: When it comes to gaining a market edge while supporting a social cause, "corporate social marketing" leads the pack. *Social marketing quarterly*, 11(3-4), 91-103.
- Kucharska, W., & Kowalczyk, R. (2019). How to achieve sustainability?—Employee's point of view on company's culture and CSR practice. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 453-467.
- Kumari, K., Abbas, J., & Rashid, S. (2021). Role of corporate social responsibility in corporate reputation via organizational trust and commitment. *Reviews of Management Sciences*, 3(2), 42-63.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of consumer marketing*.
- Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance?. *Journal of Cleaner Production*, 132228.
- Lee, H. (2020). The role of environmental uncertainty, green HRM and green SCM in influencing organizations energy efficacy and environmental performance. 670216917.
- Luu, T. T. (2018). Employees' green recovery performance: the roles of green HR practices and serving culture. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1308-1324.
- Mampra, M. (2013, January). Green HRM: Does it help to build a competitive service sector? A study. In *Proceedings of tenth AIMS International Conference on Management* (Vol. 3, No. 8, pp. 1273-1281).
- Masri, H. A., & Jaaron, A. A. (2017). Assessing green human resources management practices in Palestinian manufacturing context: An empirical study. *Journal of cleaner production*, 143, 474-489.
- Mishra, P. (2017). Green human resource management: A framework for sustainable organizational development in an emerging economy. *International Journal of Organizational Analysis*.

- Mishra, R. K., Sarkar, S., & Kiranmai, J. (2014). Green HRM: innovative approach in Indian public enterprises. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development*, 11(1), 26-42.
- Morgeson, F. P., Aguinis, H., Waldman, D. A., & Siegel, D. S. (2013). Extending corporate social responsibility research to the human resource management and organizational behavior domains: A look to the future. *Personnel Psychology*, 66(4), 805-824.
- Muster, V., & Schrader, U. (2011). Green work-life balance: A new perspective for green HRM. *German Journal of Human Resource Management*, 25(2), 140-156.
- O'Donohue, W., & Torugsa, N. (2016). The moderating effect of 'Green'HRM on the association between proactive environmental management and financial performance in small firms. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(2), 239-261.
- Odriozola, M. D., Martín, A., & Luna, L. (2015). The relationship between labour social responsibility practices and reputation. *International Journal of Manpower*.
- Omoloso, O., Wise, W., Mortimer, K., Jraisat, L., & Omoloso, S. (2020). Corporate sustainability disclosure: a leather industry perspective. *Emerging Science Journal*, 4(1), 1-11.
- Opatha, H. H., & Arulrajah, A. A. (2014). Green Human Resource Management: Simplified general reflections. *International Business Research*, 7, 101–112.
- Peng, W., Xin, B., & Kwon, Y. (2019). Optimal strategies of product price, quality, and corporate environmental responsibility. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(23), 4704.
- Ren, S., Tang, G., & E Jackson, S. (2018). Green human resource management research in emergence: A review and future directions. *Asia Pacific Journal of Management*, 35(3), 769-803.
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green human resource management: A review and research agenda. *International journal of management reviews*, 15(1), 1-14
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green human resource management: A review and research agenda. *International journal of management reviews*, 15(1), 1-14.
- Rezaei-Moghaddam, K. (2016). Green management of human resources in organizations: An approach to the sustainable environmental management. *Journal of Agricultural Technology*, 12(3), 509-522.
- Roberson, J., & Barling, J. (2013). Greening Organizations Through Leaders' Influence on Employees' Pro-Environmental Behaviours. *J. Organ. Behav*, 34, 176-194.

- Ruggiero, P., & Cupertino, S. (2018). CSR strategic approach, financial resources and corporate social performance: The mediating effect of innovation. *Sustainability*, 10(10), 3611.
- Saeed, B. B., Afsar, B., Hafeez, S., Khan, I., Tahir, M., & Afridi, M. A. (2019). Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 424-438.
- Sampson, H., & Ellis, N. (2015). Elusive corporate social responsibility (CSR) in global shipping. *Journal of Global Responsibility*.
- Shah, M. (2019). Green human resource management: Development of a valid measurement scale. *Business Strategy and the Environment*, 28(5), 771-785.
- Shen, J., Dumont, J., & Deng, X. (2018). Employees' perceptions of green HRM and non-green employee work outcomes: The social identity and stakeholder perspectives. *Group & Organization Management*, 43(4), 594-622.
- Sheopuri, A., & Sheopuri, A. (2015). Green HR practices in the changing workplace. *Business Dimensions*, 2(1), 13-26.
- Solmaz, B. (2005). İşletmelerin Değişen Konumuyla Gelişen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Bilinci ve Türkcell'in Desteklediği "Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş Kızları" Projesinin Genel bir Değerlendirmesi. *Selçuk İletişim*, 4(1), 116-125.
- Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paillé, P., & Jia, J. (2018). Green human resource management practices: scale development and validity. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56(1), 31-55.
- Tariq, S., Jan, F. A., & Ahmad, M. S. (2016). Green employee empowerment: a systematic literature review on state-of-art in green human resource management. *Quality & Quantity*, 50(1), 237-269.
- Taylor, B. M., & Lawrence, G. A. (2012). Agri-political organizations in environmental governance: representing farmer interests in regional partnerships. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 14(4), 337-359.
- United Nations [WWW Document], 2020. URL. www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/.
- Viererbl, B., Koch, T., 2022. The paradoxical effects of communicating CSR activities: why CSR communication has both positive and negative effects on the perception of a company's social responsibility. *Publ. Relat. Rev.*
- Voegtlin, C., & Greenwood, M. (2016). Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis. *Human Resource Management Review*, 26(3), 181-197.
- Wagner, M. (2013). 'Green'human resource benefits: do they matter as determinants of environmental management system implementation?. *Journal of business ethics*, 114(3), 443-456.

- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).(2004). *Corporate social responsibility: Meeting chang-ing expectations*. <https://www.wbcsd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&nosearch-contextkey=true> , Erişim Tarihi: 07.12.2022
- Wu, Y., Li, H., Gou, Q., & Gu, J. (2017). Supply chain models with corporate social responsibility. *International Journal of Production Research*, 55(22), 6732-6759.
- Yavuz, N. (2020). Yeşil insan kaynakları yönetimi ve yeşil iş rakiplerinin içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi* , 12 (3), 2669-2681.
- Yılmaz, K. (2011). Eğitim fakültelerinin sosyal sorumluluğu ve topluma hizmet uygulamaları dersi: Nitel bir araştırma.
- Zhang, J., Xie, C., & Morrison, A. M. (2021). The effect of corporate social responsibility on hotel employee safety behavior during COVID-19: The moderation of belief restoration and negative emotions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 233-243.
- Zibarras, L. D., & Coan, P. (2015). HRM practices used to promote pro-environmental behavior: a UK survey. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(16), 2121-2142.

“

Bölüm 12

**TÜRKİYE’DE İKİNCİ EL OTOMOBİL
PİYASASININ MEVCUT DURUMU VE
AMPİRİK BİR UYGULAMA**

Mehmet POLAT¹

”

¹ Dr., Iğdır Üniversitesi, Tuzluca MYO, mehmetpolat@igdir.edu.tr, ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-6930-1499>

1. GİRİŞ

Otomobiller, bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de tüketicilerin en çok ilgi gösterdikleri ve tercih ettikleri ulaşım araçlarındandır. Otomobiller, bireylerin ulaşım ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte dinlenme, eğlenme, seyahat gibi maddi ihtiyaçlarını ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamakta kullanılan en birincil araçlardan biridir. Aynı zamanda otomobiller, bireyler için en önemli yatırım araçlarından biridir. Geçmişten günümüze bir yandan teknolojinin hızla gelişmesi diğer yandan da hem nüfusun artması hem de zamanın şartlarının hızla değişmesiyle birlikte bireylerin otomobil talepleri, her geçen gün daha da artmıştır. Türkiye’de kişi başına düşen otomobil sayısı, 2005’te % 8,47 iken 2020 yılına gelindiğinde % 15,66’ya yükselmiştir. Bu durum da ülkemizde bireylerin hayatında otomobillerin ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ve gelecekte daha da önemli bir yer tutacağını göstermektedir.

Bireyler otomobil taleplerini, ya sıfır otomobil olarak ya da ikinci el otomobil olarak karşılamaktadırlar. TÜİK’in açıklamış olduğu 2020 yılı rakamlarına göre Türkiye’de 601.525 adet sıfır otomobilin trafiğe kaydedildiği ve diğer taraftan EBS danışmanlığın verilerine göre 2020 yılında online ve klasik yöntem ile toplam 6.477.153 adet ikinci el otomobilin satıldığı ifade edilmektedir (TÜİK, 2021; Bloomberg, 2022). Her iki veri göz önüne alındığında Türkiye’de bireylerin otomobil taleplerinin yaklaşık olarak % 91’inin ikinci el otomobil piyasasından karşılandığı görülmektedir. Bu da ikinci el otomobil piyasasının ne kadar önemli olduğunu ve bireylerin ikinci el otomobil piyasasını yakından takip ettiğini göstermektedir.

Günümüzde klasik ikinci el otomobil pazarlama yöntemlerine bir de online ticaret eklenmesiyle birlikte ikinci el otomobil pazarı, her geçen gün daha da büyümektedir. Diğer yandan küreselleşmeyle birlikte üretim, ticaret ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, diğer sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe de karşılıklı bağımlılık ve rekabeti beraberinde getirmiştir. Firmalar, bireylerin zevk ve tercihlerini, gelir düzeylerini ve aynı zamanda satın alma davranışlarını etkileyen faktörleri göz önüne alarak bu rekabet savaşında, stratejik ve yenilikçi üretim yapmaktadırlar. Böylece otomobil piyasasına, sürekli olarak yenilenen otomobil marka ve modelleri girmektedir. Bu da otomobil piyasasında rekabeti daha da kızıştırmaktadır. Bu rekabet, yeni otomobil piyasasında olduğu gibi ikinci el otomobil piyasasında da kendini derinden hissettirmektedir.

Yeni otomobil piyasasında, piyasa aktörleri bellidir. Bu aktörler, otomobil üreten firmalar, yetkili satıcılar ve tüketicilerdir. Bu çerçevede firmalar üretmiş oldukları otomobilleri, yetkili satıcılar aracılığıyla belli bir kanuni çerçevede tüketicilere ulaştırmaktadırlar. Bu piyasada, firma ve

yetkili satıcılar, otomobil satıcısı iken tüketiciler de otomobil alıcılarıdır. Ayrıca otomobilin tek bir satışı yapılır ve trafiğe kaydedilir. Ancak ikinci el otomobil piyasasındaki aktörler ise değişebilir. İkinci el otomobil piyasasında, yetkili satıcı ve galericilerin yanında gayri resmi otomobil ticareti yapan kişiler ve otomobil sahipleri otomobil satıcısı olurken tüketicilerle birlikte yetkili satıcılar, galericiler ve gayri resmi otomobil ticareti yapan kişiler de otomobil alıcısı olabilirler. Bu piyasada trafiğe kayıtlı olan her bir otomobil, muhtemel bir satış malıdır. Aynı zamanda her bir otomobil, trafiğe kaydedildikten sonra birçok defa satılarak el değiştirebilir.

İkinci el otomobil piyasası, asimetrik bilginin olduğu karmaşık bir piyasa olarak karşımıza çıkmaktadır. İkinci el otomobil piyasası, çok sayıda alıcı ve satıcısı olmasından dolayı tam rekabet piyasaya benzemektedir. Ancak ikinci el otomobil piyasasında, asimetrik bilginin hâkim olmasından dolayı tam rekabet piyasanın simetrik bilgi özelliği ihmal edilmektedir (Akerlof, 1970; Yazar & Yılmaz, 2018). İkinci el otomobil piyasasındaki bu durum, limon modeli bağlamında ele alınabilir. Yani satıcının potansiyel alıcılara göre bilgisel avantaja sahip olmasıdır. Başka bir deyişle ikinci el otomobil piyasasında, otomobil satıcısının otomobil hakkında tam bilgiye ve alıcının ise eksik bilgiye sahip olduğu bir durumdur (Emons ve Sheldon, 2002: 6). Bu durum da tüketicilerin ikinci el otomobil alımında risk algılarının yükselmesine neden olmaktadır (Gabbott, 1991:43). Ancak bu olumsuzluklara rağmen ikinci el otomobil piyasası, dünya otomobil arzında çok önemli bir paya sahiptir. İkinci el otomobillerin tüm dünya olduğu gibi ülkemizde de yeni otomobillere göre daha çok tercih edilmesinin altında yatan en önemli nedenler, şu şekilde sıralanabilir (Akçi, 2016: 334):

- i. İkinci el otomobillerin yeni otomobillere göre fiyatının daha uygun olması.
- ii. Yeni otomobil alımında alınan vergilerin ikinci el otomobillerden alınmaması.
- iii. Yeni otomobiller, ilk sahibinden başka birine satılırken fiyatlarının çok düşmesi ve buna karşın ikinci el otomobillerin satış tekrarı fiyatlarının düşmemesi.
- iv. İkinci el otomobillerden alınan MTV'nin daha uygun olması.
- v. Türkiye'de kişi başına GSMH'nin düşük olmasından dolayı bireylerin kendi gelir düzeyine uygun otomobilleri, ikinci el otomobil piyasasında bulması.

İkinci el otomobil piyasası, bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bireylerin en çok yakından takip ettiği piyasaların başında gelmektedir. Özellikle 2020 yılının birinci yarısında Covid-19 vakasının olumsuz etkilerinin derinden hissedilmesiyle otomotiv arzında meydana gelen dalgalanmalar ve daha sonra Ekim 2021 yılından bu yana yükselen döviz kurlarının hiper enflasyonu tetiklemesi sonucu, ikinci el otomobil piyasası tüketicilerin odak noktası olmuştur. Bu çalışmada, Türkiye’de ikinci el otomobil piyasasının mevcut durumunun tespit edilmesi ve TRA2 Bölgesi’nde ikinci el otomobil piyasası üzerine bir ampirik uygulama yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak çalışmaya ilişkin literatüre değinilmiştir. Daha sonra Türkiye’de ikinci el otomobil piyasasının mevcut durumuna ve TRA2 Bölgesi’nde elde edilen verilere ilişkin yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR

İkinci el otomobil piyasasıyla alakalı yerli ve yabancı birçok çalışma yapılmıştır. Söz konusu bu çalışmaların bir kısmı, aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1. İkinci El Otomobil Piyasasıyla İlgili Yerli ve Yabancı Çalışmaların Özeti

Yazar/ Yazarlar	Amaç, Yöntem ve Kapsam	Sonuç
Genesove (1993)	Araştırmanın amacı, İkinci el otomobil piyasasında var olan ters seçimi ampirik olarak incelemektir. Kanada’da 40 ikinci el otomobil ile 42 sıfır ve ikinci el otomobil toptan satışı yapan satıcıdan elde edilen veriler, geliştirilen ters seçim modeli ile test edilmiştir.	Çalışmada, her iki toptan otomobil satıcı tipinin takas yapma eğilimlerinde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ters seçim modelleri ile takaslarının daha yüksek bir oranını toptan satış piyasasında satan bayi tipinin, ortalama olarak daha yüksek kaliteli arabaları satacağını ve karşılığında daha yüksek bir fiyat alacağı sonucuna varılmıştır.
Murray ve Sarantis (1999)	Çalışmada, otomobillerin için hedonik fiyat modelinin tahmin edilmesi ve otomobil hedonik fiyat endeksinin oluşturulması amaçlanmıştır. İngiltere’de kullanımda olan 123 otomobilin fiyat farklılıkları ve bireysel karakteristik özelliklerine ait veriler, 1971/Q1-1991/Q4 dönemi esas alınarak panel veri analizi ile test edilmiştir.	Çalışmada, otomobiller arasındaki fiyat farklılıklarının en önemli sebebinin bireysel araba özellikleri (konfor, lüks öğeler, manevra kabiliyeti, ekonomi ve performans) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüketici davranışlarının zamanla değişmesinin otomobil fiyat artışında gizli bir faktör olduğu ifade edilmiştir.

Anderson (2005)	Otomobil güvenliği ve marjinal değer güvenliği bağlamında otomobil fiyatlarına etki eden faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. İsveç'te yıllık yakıt harcamaları, kayıtlı ölüm-cül olay sayısı, kayıtlı yaralanma sayısı, beygir gücü, bagaj kapasitesi, yakıt türü gibi değişkenler, yarı logaritmik hedonik regresyon modeli kapsamında değerlendirilmiştir.	Çalışmada, otomobil fiyatları ile otomobillerin doğal risk düzeyleri arasında negatif bir ilişkinin olduğu, yani bireylerin daha güvenli otomobiller için yüksek fiyat verdikleri görülmüştür. Ancak devletin zorunlu kıldığı bireysel sigorta için bireylerin daha düşük bir ödeme yapmaya istekli oldukları gözlemlenmiştir.
Alper ve Mumcu (2007)	Çalışmada, Türkiye otomobil piyasasında yeni otomobiller için talep analizi yapılması amaçlanmıştır. Sıfır otomobillere ilişkin fiyat, miktar, kalite, menşei ülke ve ürün özelliklerine ilişkin üç aylık (1996-1999) veriler, en küçük kareler yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.	Çalışmada, otomobil talebinde menşei ülkenin yanı sıra kalitenin de önemli olduğu görülmüştür. Yerli otomobil talebinde kalitenin önemli olmadığı, AB ve diğer menşeli otomobil talebinde hem kısa hem uzun dönemde kalitenin önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Yani yerli otomobillerde kalite esnekliğinin düşük, AB ve diğer menşeli otomobillerde kalite esnekliğin yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
Erdem ve Şentürk (2009)	Türkiye'de ikinci el otomobil fiyatlarını etkileyen faktörlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, 1074 ikinci el otomobile ilişkin veriler, yarı-log, log-doğrusal ve Box-Cox dönüşüm yöntemleri kullanılarak regresyon modelleri tahmin edilmiştir.	Çalışmada, üretim menşei (Almanya, Japonya, ABD veya Kore gibi), dizel yakıt tipi, siyah ve gri renk, açılır tavan, üretim yılı ve motor hacmi gibi özelliklerin ikinci el otomobil fiyatlarını olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır. Diğer yandan servis sayısı ve satış yerinin İstanbul'da olmasının ise ikinci el otomobil fiyatlarını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.
Asilkan ve Irmak (2009)	Çalışmada, ikinci el otomobillerin gelecek dönemlerdeki fiyatlarının tahmin edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, Avrupa kökenli 3 otomobil modelinin 01/2005 – 12/2007 tarihleri arasındaki günlük fiyat verilerinin aylık ortalama verileri, Yapay Sinir Ağları yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.	Çalışmada, uygun parametrelerin seçilmesi durumunda Yapay Sinir Ağları yöntemi ile ikinci el otomobillerin güncel ve gelecek fiyatlarının tahmin edilmesinde başarılı olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca çalışmaya bazı ekonomik göstergelerin (döviz kurları, enflasyon vb.) dâhil edilmediği ve bu göstergelerin dâhil edilmesinin tahminlerin doğruluğunu daha da yükselteceğine değinilmiştir.

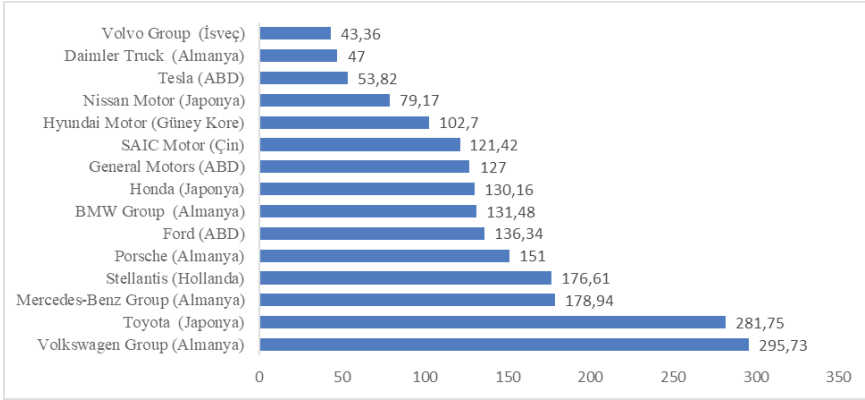
Prieto ve Caemmerer (2013)	Çalışmada, bireylerin sosyo-demografik özelliklerinin yeni ve ikinci el otomobil satın alma kararını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, INSEE'nin (Fransa İstatistik Enstitüsü) bir yıl içinde Fransa'da yeni ve ya ikinci el otomobil satın alan 1967 kişilik örneklemde elde ettiği veriler kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada, çok terimli lojistik regresyon kullanılmıştır.	Çalışmada, yüksek gelir düzeyi ile yüksek eğitim düzeyinin üst modelde yeni araba almayı olumlu etkilediği, işsizliğin yeni otomobil almayı olumsuz etkilediği ve krediye rahat erişimin yeni otomobil alımını olumlu etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca bireylerin ikinci el otomobil almasının altında yatan en önemli nedenin hedonik bir tercih olmaktan ziyade ekonomik gereklilik olduğu ve işsizlik ile ikinci el otomobil alımı arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür.
Ecer (2013)	Çalışmada, ikinci el otomobil fiyatını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve fiyat tahminlerinde bulunulması amaçlanmıştır. Çalışmada, farklı marka ve modellerden tesadüfi olarak 640 otomobil seçilmiş ve bu otomobil verileri, Yapay Sinir Ağları yöntemi ve Hedonik model kullanılarak analiz edilmiştir.	Çalışmada, Hedonik model sonucunda ikinci el otomobil fiyatlarına etki eden faktörler sırasıyla; otomobilin marka ve modeli, motor gücü, kilometresi, yaşı, yakıt türü ve aktarma olmuştur. Diğer yandan çalışmada kullanılan Yapay Sinir Ağları yönteminin Hedonik modele göre daha iyi tahminler gerçekleştirdiği ve üstünlüğünü kanıtladığı ifade edilmiştir.
Akçi (2016)	Çalışmada, bireylerin yeni otomobillerden ziyade ikinci el otomobillere yönelmesinin nedenleri ve kriterleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada 276 anketten elde edilen veriler, frekans, Anova ve t testine çerçevesinde değerlendirilmiştir.	Çalışmada, bireylerin ikinci el otomobil tercih etmelerinde en önemli nedenin fiyat olduğu gözlemlenmiştir. Diğer yandan ikinci el otomobil alırken en çok önemsenen hususlar sırasıyla; fiyat, hasar durumu, yakıt tüketimi ve performans olarak tespit edilmiştir. Ayrıca bireyler ikinci el otomobil alırken en çok güven sorunu yaşadıkları da ifade edilmiştir.
Bilen (2021)	Çalışmada, ikinci el otomobiller için en uygun fiyatın belirlenmesini sağlayacak bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, 9225 örnekten otomobil beygir gücü, motor kapasitesi, marka, vites tipi, yakıt tipi, model yılı ve fiyat bilgilerinin yer aldığı bir veri seti hazırlanmış ve bu veri seti, Sezgisel Algoritma ile test edilmiştir.	Çalışmada, Sezgisel Algoritma ile geliştirilen modelin çıkan analiz sonuçlarına göre başarılı bir model olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca 9225 örnekte elde edilen veri setinin bu modelle çok başarılı bir şekilde tahmin edilebildiği görülmüştür. Ayrıca geliştirilen modelin gelecekte bir hizmete dönüştürülmesinin planlandığı ifade edilmiştir.

Miller ve Brannon (2022)	Çalışmada, ikinci el otomobil piyasasında alıcıların yeni otomobil piyasasındaki satıcılara kıyasla lüks konumlandırmaya sahip ürünleri satın alıp almadıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, ABD’de faaliyet gösteren bağımsız bir otomotiv bayisinden 200 denek verisi tedarik edilmiştir. Elde edilen veriler, sıralı lojistik regresyon kullanılarak analiz edilmiştir.	Çalışmada, ikinci el otomobil satın alan tüketicilerin sıfır otomobil alan tüketicilere kıyasla daha yüksek lüks konumlandırmaya sahip modelleri tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca markaya sadık tüketicilerin yeni otomobil aldıklarına aynı markanın daha üst ya da daha lüks modellerine yöneldikleri görülmüştür. Aynı zamanda marka sadakati olan tüketicilerin ikinci el otomobil alırken kalite sinyallerine olan güvenlerinin daha arttığı sonucuna varılmıştır.
Liu vd. (2022)	Çalışmada, ikinci otomobil fiyatlarının tahmin edilmesi için bir modelin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, Çin’de bir web sitesinden 10.260 ikinci otomobil verisi kullanılarak 12 değişken bağlamında üç model tahmini yapılmıştır. Modellerde, BP sinir ağ yapısı ve algoritma kullanılmıştır.	Geliştirilen model içerisinde en başarılı ve en iyi modelin PSO-GRA-BPNN modeli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu modelin sonuçlarına göre ikinci el otomobil fiyatlarına sıfır otomobil fiyatı, kilometre, vites türü, model, yakıt tüketimi faktörlerinin yüksek derecede etki ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 1’de özetlenen literatüre bir bütün bakıldığında çalışmalarda genel olarak ikinci el otomobil talebine ve ikinci el otomobil satın alma kararının etkileyen faktörlere değinilmiştir. Bu çalışmada ise ilk aşamada Türkiye’de ikinci el otomobil piyasası, marka ve model bazlı ele alınarak son üç yıla ilişkin veriler bağlamında ele alınmıştır. İkinci aşamada ise TRA2 Bölgesi’nde galericilerden elde edilen veriler çerçevesinde ikinci el otomobil piyasası, özelliklede galericilerin otomobil ticareti ve işleyişleri değerlendirilmiştir.

3. ÜRKİYE’DE İKİNCİ EL OTOMOBİL PİYASASI

Dünya otomotiv pazarında, otomobil üretimi çok büyük bir paya sahiptir. ODD’nin 2022 yılında yayınladığı rapora göre toplam motorlu araç üretimi içerisinde otomobiller, yaklaşık olarak % 80’lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Diğer yandan Statista’nın 2021 yılı verilerine göre dünya otomobil üretiminde Çin 21,09 milyon ile birinciliği, ABD 14,91 milyon ile ikinciliği, Avrupa (EFTA ülkeleri, İngiltere ve Malta hariç) 11,77 milyon ile üçüncülü ve Japonya ise 3,68 milyon ile dördüncülüğü göğüslemektedir. Bu yarış içerisinde markaların kıyasıya rekabeti her geçen gün daha da kızışmaktadır. Şekil 1’de dünya otomobil üretiminde en önde gelen markaların 2021 yılı verilerine göre yıllık gelirleri verilmiştir.



Şekil 1. Dünya Otomobil Üretiminde En Önde Gelen Otomobil Markalarının 2021 Yılı Gelir Düzeyleri (Milyar Dolar)

Kaynak: (Statista; 2022b)

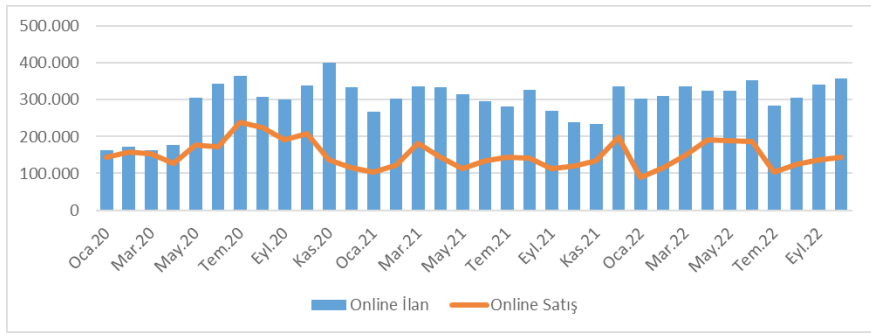
Şekil 1'deki veriler bağlamında bakıldığında Volkswagen Group'un 295,73 milyar dolar ile birinciliği, Toyota'nın 281,75 milyar dolar ile ikinciliği ve Mercedes-Benz Group'un 178,94 milyar dolar ile üçüncülüğü göğüslediği görülmektedir. Ayrıca markaların ülke menşelerine bakıldığında ilk 15 marka içinde Almanya'nın 5, ABD ve Japonya'nın ise 3'er markasının yer aldığı gözlemlenmektedir. Dünya otomobil üretiminde birinci olan Çin'in ise sadece 1 markasının ilk 15'te olduğu ve diğer markaların ise ticaret hacimlerinin nispeten daha küçük olmasından dolayı listede yer almadığı görülmektedir.

Bir yandan dünya otomotiv pazarında yeni otomobiller üretilip piyasaya sürülürken diğer yandan mevcut kullanımda olan ikinci el otomobiller de sürekli el değiştirmektedir. Bu durum da dünya ikinci el otomobil piyasasının her geçen gün daha da büyümesine neden olmaktadır. Dünya otomobil pazarında ikinci el otomobil satış hacmi, neredeyse yeni otomobil satış hacminin iki katından daha fazladır. Üstelik bazı ülkelerde ikinci el otomobil satış hacmi çok yüksek seviyelerdedir. Örneğin 2021 yılı rakamlarına göre toplam otomobil satış hacmi içerisinde ikinci el otomobiller, ABD'de % 73,80, İngiltere % 82 ve Türkiye'de % 91'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir (Statista, 2022a; SMMT, 2022; Bloomberg, 2022).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de otomobil kullanımı, her geçen gün daha da artmaktadır. Türkiye'de 2005 yılında kullanımda olan otomobil sayısı 5.772.745 iken 2020 yılına gelindiğinde bu sayı % 127 oranında bir artışla 13.099.041'e ulaşmıştır. Türkiye'de 2005 yılında her bin kişiye 84 otomobil düşerken 2020 yılına gelindiğinde bu sayının 157'ye kadar yükseldiği görülmüştür (Eurostat, 2020; ODD, 2022; TÜİK, 2022).

EBS danışmanlığın 2021’de yayınlamış olduğu raporuna göre 2020 yılında Türkiye’de 601.525 adet sıfır otomobil trafiğe kaydedilirken 6.477.153 adet ikinci el otomobil satışı olmuştur. Bu durum da Türkiye’de bireylerin otomobil taleplerinin % 91’inin ikinci el otomobil piyasasından karşılandığı sonucunu vermektedir (Bloomberg, 2022). Sıfır otomobil almaya gücü yetmeyen bireyler, otomobil ihtiyaçlarını karşılamak için ikinci el otomobillere yönelmektedirler. Türkiye’de kişi başına gayri safi milli hâsıla verileri göz önüne alındığında ikinci el otomobiller, bireyler için kaçınılmaz olmaktadır.

Geçmişten günümüze otomobiller, hem galeri ve yetkili satıcıların satış reyonlarında sergilenip satılırken hem de otomobil pazarlarında satılmaktaydı. Ancak son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişmesiyle otomobiller, online araba sitelerinde yerlerini almaya başladı. Ayrıca online araba sitelerinin alıcı ve satıcılara sağlamış oldukları kolaylıklar, online otomobil pazarının çok hızlı büyümesine neden olmuştur.



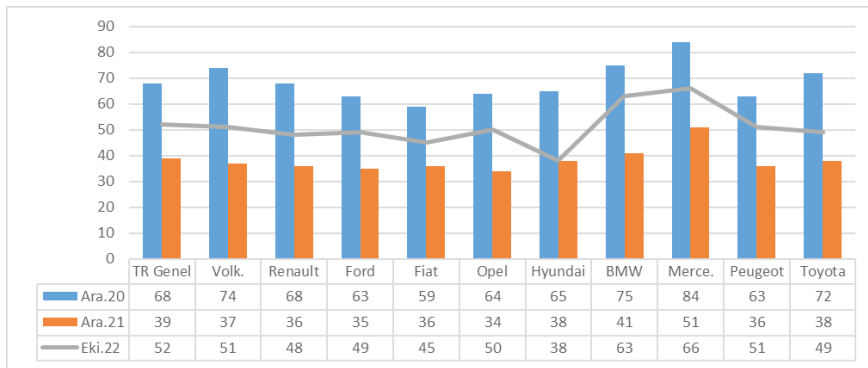
Şekil 2: Ocak 2020-Ekim 2022 Dönemi Arasında İkinci El Otomobil ve Hafif Ticari Araçların Online İlan ve Satış Rakamları

Kaynak: (INDICATA; 2022)

Şekil 2’de Ocak 2020-Ekim 2022 dönemi arasında Türkiye online ikinci el otomobil ve hafif ticari araç ilan ve satış rakamları verilmiştir. Bu veriler ışığında bakıldığında 2020 yılının ilk aylarında online ilan ile online satış arasındaki fark çok az iken sonraki aylarda ise bu farkın baya arttığı görülmektedir. En yüksek online ilan rakamına (399.831) Kasım 2020’de ulaşılırken en yüksek online satış rakamına (238.614) ise Temmuz 2020’de ulaşıldığı gözlemlenmektedir.

INDICATA’nın hazırladığı rapora göre Türkiye’de 2020 yılında toplam 3.370.366 online otomobil ve hafif ticari araç ilanı verilmiş ve bu ilanlar neticesinde ancak 2.043.055’nin satışı yapılmıştır. 2021 yılında toplam 3.540.937 online otomobil ve hafif ticari araç ilanı verilmiş ve ancak 1.652.710’unun satışı yapılmıştır. Diğer yandan 2022 yılında ise Ocak-Ekim döneminde toplam 3.239.821 online otomobil ve hafif ticari araç ilanı verilmiş ve sadece 1.427.241’inin satışı gerçekleşmiştir.

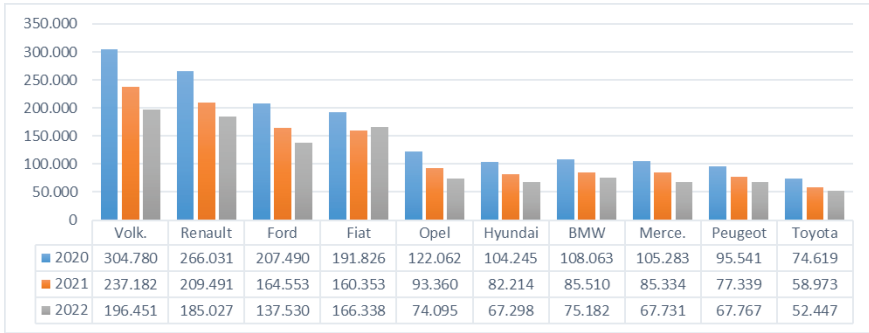
Şekil 3’te Türkiye’de ikinci el online otomobil ve hafif ticari araç pazarında en çok tercih edilen ilk 10 markanın satış hızı rakamları verilmiştir. Bu rakamlara bakıldığında Aralık 2020’de ortalama en kısa sürede satışı yapılan markanın Fiat (59 gün) ve en uzun sürede satışı yapılan markanın ise Mercedes-Benz (84 gün) olduğu görülmektedir. Aralık 2021’de ortalama en kısa sürede satışı yapılan markanın Opel (34 gün) ve en uzun süre satışı yapılan markanın ise Mercedes-Benz (51 gün) olduğu gözlemlenmektedir. Ekim 2022’de ise ortalama en kısa sürede satışı yapılan markanın Hyundai (38 gün) ve en uzun süre satışı yapılan markanın ise Mercedes-Benz (66 gün) olduğu görülmektedir. Genel olarak satış hızı rakamlarına bakıldığında Türkiye ortalamasının 2021 yılında en az ve 2020 yılında ise en çok olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca ilk on marka içerisinde Mercedes-Benz’in en geç satıldığı söylenebilir.



Şekil 3: İkinci El Online Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarında En Çok Tercih Edilen İlk 10 Markanın Satış Hızı Rakamları (Gün Cinsinden)

Kaynak: (INDICATA; 2021, 2022a, 2022b)

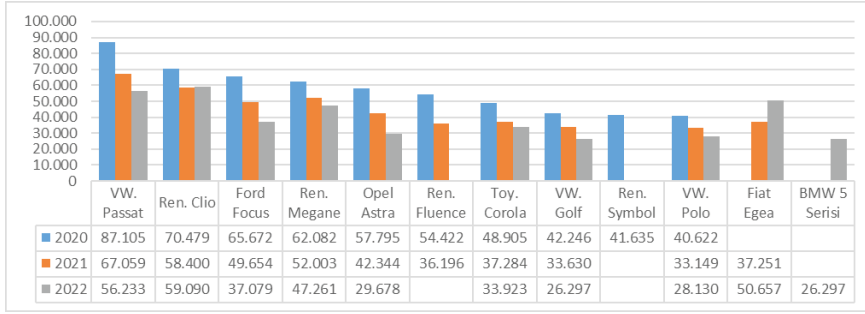
Şekil 4'te Türkiye'de son üç yılda ikinci el online otomobil ve hafif ticari araç pazarında en çok tercih edilen ilk 10 markanın satış rakamları verilmiştir. Bu veriler bağlamında bakıldığında son üç yılda birinciliği Volkswagen, ikinciliği Renault, üçüncülüğü Fiat ve dördüncülüğü ise Ford markasının göğüslediği görülmektedir. Ayrıca son üç yılda sırasıyla Volkswagen 738.413, Renault 660.549, Fiat 518.517 ve Ford ise 509. 573 adet otomobil ve hafif ticari araç sattığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan bütün markaların satış rakamlarında son üç yılda bir azalma görülürken Fiat markası, 2022 yılında bir önceki yıla göre satış rakamlarını koruyarak artırdığı görülmektedir.



Şekil 4: İkinci El Online Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarında En Çok Tercih Edilen İlk 10 Markanın Satış Rakamları

Kaynak: (INDICATA; 2021, 2022a, 2022b)

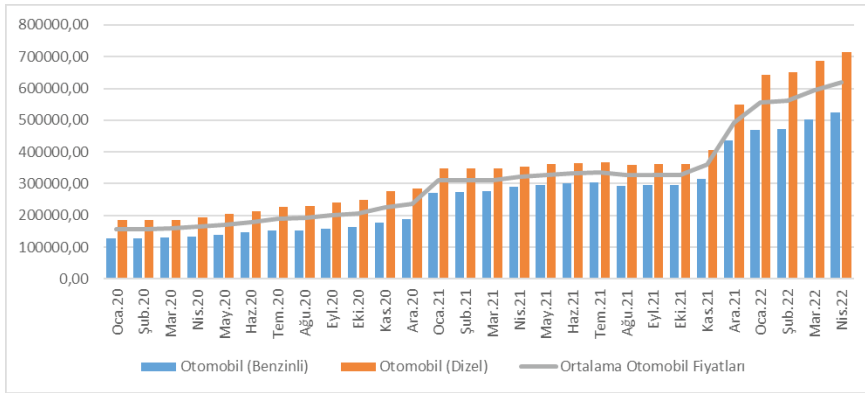
Şekil 5'te 2020-2022 yılları arasında Türkiye ikinci el online otomobil pazarında en çok tercih edilen ilk on modelin satış rakamları verilmiştir. Bu veriler çerçevesinde bakıldığında 2020 yılında 87.105 adetle en çok tercih edilen modelin Volkswagen Passat olduğu ve sırasıyla ikinciliği Renault Clio, üçüncülüğü Ford Focus ve dördüncülüğü ise Renault Megane'nın aldığı görülmektedir. 2021 yılında Volkswagen Passat'ın yine birinciliği göğüslediği, Renault Clio'nun ikinciliği muhafaza ettiği, Ford Focus'un üçüncülüğü Renault Megane'a bıraktığı ve ilk on marka içine Fiat Egea'nın girdiği gözlemlenmektedir. 2022 yılında ise Renault Clio'nun birinciliği Volkswagen Passat'tan aldığı ve Fiat Egea'nın iyi bir yükseliş sergileyerek ilk on içinde üçüncülüğe yükseldiği görülmektedir.



Şekil 5: 2020-2022 Yılları Arasında Türkiye İkinci El Online Pazarında En Çok Tercih Edilen İlk On Modelin Satış Rakamları

Kaynak: (INDICATA; 2021, 2022a, 2022b)

Diğer yandan tüm modellerin son üç yıldaki verilerine bakıldığında Renault Clio, Fiat Egea ve BMW 5 Serisi'nin haricindeki tüm modellerin satış hacminin düştüğü söylenebilir. Ayrıca bu modeller içerisinde en sert kaybın Volkswagen Passat, Ford Focus, Opel Astra ve Renault Symbol modellerinde yaşandığı görülmüştür.



Şekil 6: Türkiye'de Otomobil Fiyatlarının Aylara Göre Dağılımı (Ocak 2020-Nisan 2022)

Kaynak: (TÜİK; 2022)

Şekil 6'da Türkiye'de satılan otomobillerin aylara göre fiyat dağılımı verilmiştir. Bu veriler ışığında bakıldığında genel olarak Türkiye'de dizel otomobillerin benzinli otomobillerden daha pahalı olduğu görülmektedir. Özellikle 2022 yılında, dizel otomobiller ile benzinli otomobiller arasındaki fiyat farkının daha arttığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan 2020 yılının ilk üç ayında Türkiye'de otomobil fiyatlarının ortalama 155.000₺ - 159.000₺ aralığında setrettiği görülmektedir. Ancak Mart ayından sonra otomobil fiyatları, yükselen bir trend yakalamış ve sürekli olarak artmış-

tır. Türkiye'nin Ocak 2020-Nisan 2022 dönemine bir bütün olarak bakıldığında otomobil fiyatlarının yaklaşık olarak % 300 oranında arttığı gözlemlenmektedir. Otomobil fiyatları, bazı aylarda çok sert yükselmelere sahne olmuştur. Özellikle Ekim 2021 ile Ocak 2022 dönemleri arasında, çok sert fiyat artışları meydana gelmiştir.

Türkiye'de otomobil fiyatlarının sert yükselmesinin iki temel nedeni vardır. Birincisi, bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Covid-19 vaka-sının olumsuz etkilerinin 2020 yılının birinci yarısında hissedilmesi ve bu vakanın sebep olduğu hasarının giderek artmasıdır. Covid-19 vakası, bütün sektörleri olumsuz etkilediği gibi otomotiv sektörünü de çok olumsuz etkilemiştir. Böylece otomotiv arzında ciddi daralmalar meydana gelmiş ve bunun sonucunda otomobil fiyatları, sert yükselmiştir. Diğer yandan ikinci neden ise Ekim 2021 yılından bu yana yükselen döviz kurlarıdır. Döviz kurlarının yükselmesi, bir yandan ithal edilen otomobil fiyatlarının artmasına diğer yandan yerli otomotiv sektörümüzün yüksek maliyetlerle karşı karşıya kalmasına ve yerli otomobil fiyatlarının daha da artmasına neden olmuştur. Ayrıca son dönemde bir yandan sıfır otomobil fiyatları-nın artması diğer yandan da otomobil arzında meydana gelen daralmalar, ikinci el otomobil fiyatlarının çok sert yükselmesine hatta sıfır otomobil fiyatlarından daha yüksek seviyelerde seyretmesine neden olmuştur.

4. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

Bu çalışmada, Türkiye'nin TRA2 Bölgesi'nde faaliyet gösteren gale-ricilerin ve ikinci el otomobil piyasasının mevcut durumunun tespit edil-mesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda TRA2 Bölgesi'nde faaliyet gösteren tüm galericiler, ana kütle olarak seçilmiştir. Bu bağlamda örnek-lem kümesi de % 95 güven aralığı ve % 5 hata esas alınarak 270 denek olarak belirlenmiştir¹.

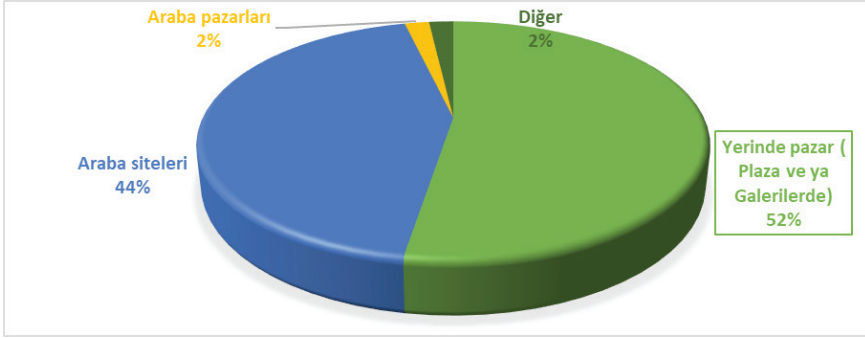
Çalışmanın veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu, 14 Şubat-16 Ekim 2022 tarihleri arasında uygulanmıştır². Anket yöntemi ile elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak Frekans ve One-Way Anova analizleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Şekil 7'de TRA Bölgesi'nde galericilik yapan katılımcılara göre oto-mobil pazarlamasında en verimli olan yöntemlerin dağılımı verilmiştir. Bu bağlamda bakıldığında katılımcıların % 52'sinin plaza ve galerilerin; % 44'ünün ise araba sitelerinin otomobil pazarlamasında daha verimli ol-duğunu beyan ettikleri görülmektedir. Diğer yandan katılımcıların araba

1 Çalışmanın anakütlesine karşılık gelen örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için Ural ve Kılıç'ın (2011) hazırladığı tablo esas alınmıştır.

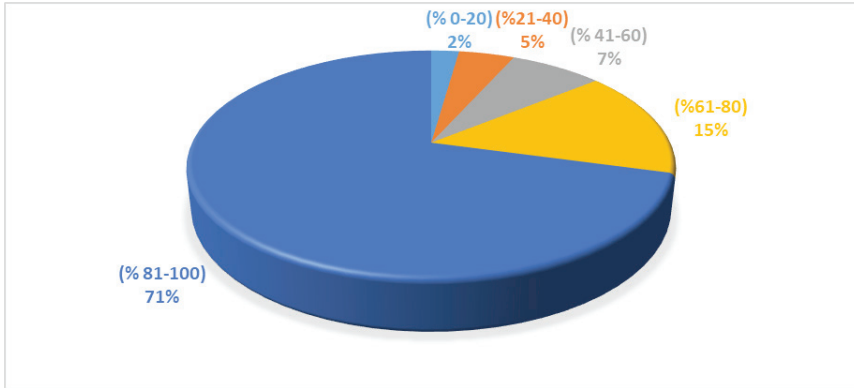
2 Anket formu, yazar tarafından ODD (2022), INDICATE (2022a), TÜİK (2022), Akal vd. (2019) ve Akçi (2016)'in yaptığı çalışmalar referans alınarak hazırlanmıştır.

pazarları ve diğer yöntemlerin ise pek verimli olmadığını ifade ettikleri gözlemlenmektedir.



Şekil 7. TRA Bölgesinde Galerici Yapan Katılımcılara Göre Otomobil Pazarlamasında En Verimli Olan Yöntemlerin Dağılımı

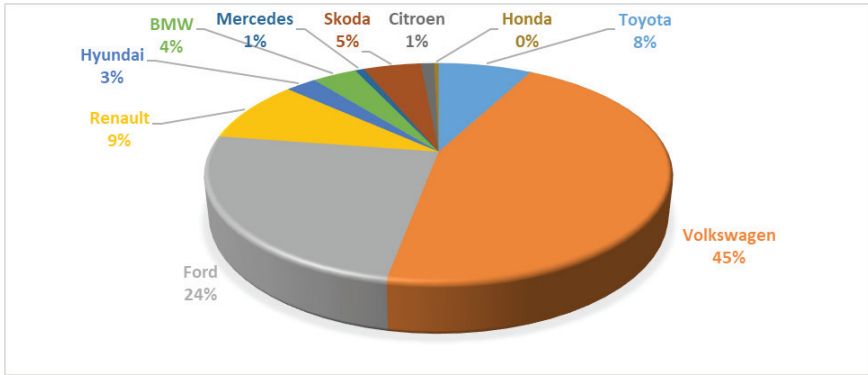
Şekil 8’de TRA Bölgesi’nde galericilik yapan katılımcıların otomobil alım-satımında ekspertiz yapma oranlarının dağılımı verilmiştir. Bu veriler ışığında bakıldığında katılımcıların % 71’inin % 81-100 aralığında, % 15’inin % 61-80 aralığında, % 7’sinin % 41-60 aralığında, % 5’inin % 21-40 aralığında ve % 2’sinin ise % 0-20 aralığında ekspertiz yaptığı gözlemlenmektedir. Bu durum da katılımcıların çok yüksek oranda otomobil alıp-satarken ekspertiz yaptığını göstermektedir.



Şekil 8. TRA Bölgesinde Galerici Yapan Katılımcıların Otomobil Alım-Satımında Ekspertiz Yapma Oranlarının Dağılımı

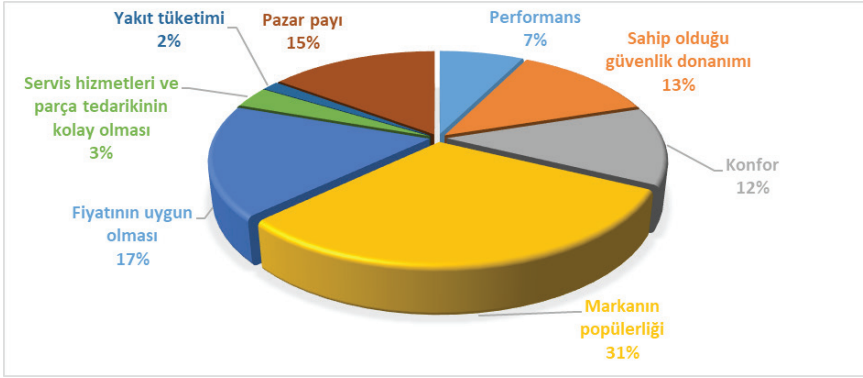
Şekil 9’da katılımcılara göre TRA2 Bölgesi’nde en çok tercih edilen otomobil markalarının dağılımı verilmiştir. Bu veriler bağlamında bakıldığında bölgede en çok tercih edilen otomobil markasının Volkswagen

olduğu, akabinde ikinci sırada Ford ve üçüncü sırada ise Renault markasının yer aldığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan INDICATE'nin 2022'de yayınlamış olduğu ikinci el online otomobil pazar analiz raporuna göre Türkiye genelinde birinciliği Volkswagen, ikinciliği Renault, üçüncülüğü Fiat ve dördüncülüğü ise Ford markasının göğüslediği ifade edilmiştir. Bu bağlamda her iki veriye birlikte bakıldığında birinci markanın değişmediği, ancak TRA2 Bölgesi'nde ikinci sırada olan Ford'un Türkiye genelinde dördüncü sırada olduğu ve TRA2 Bölgesi'nde üçüncü sırada olan Renault'un Türkiye genelinde ikinci sırada olduğu görülmektedir.



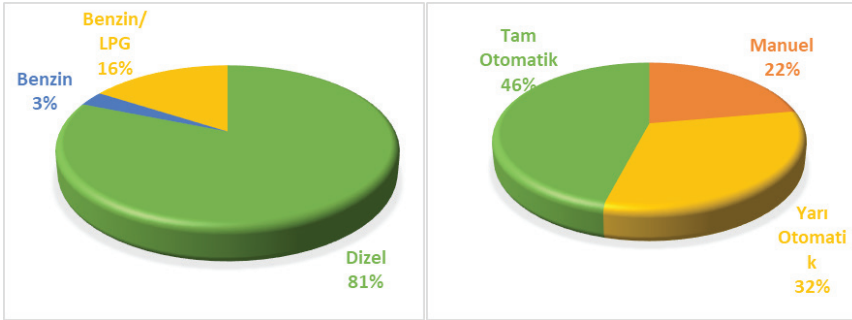
Şekil 9. Katılımcılara Göre TRA2 Bölgesinde En Çok Tercih Edilen Otomobil Markalarının Dağılımı

Şekil 10'da katılımcılara göre TRA2 Bölgesi'nde en çok tercih edilen otomobil markalarının tercih edilmesinde müşterilerin aradığı en önemli kriterlerin dağılımı verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara göre müşterilerin bir otomobilde aradıkları en önemli kriterin markanın popülerliği olduğu gözlenmektedir. Diğer yandan müşteriler tarafından aranan kriterlerin sırasıyla fiyat, pazar payı, güvenlik, konfor, servis hizmetleri ve yedek parça tedariki ve yakıt tüketimi olduğu görülmektedir. Otomobil müşterilerin en önemli kriterlerinin başında markanın popülerliği, fiyat ve pazar payının geldiği göz önüne alındığında müşterilerin en önemli önceliklerin yatırım olduğu söylenebilir. Ayrıca katılımcıların ikinci el otomobil piyasasında en çok yakındıkları problemin başında herkesin çok rahat bir şekilde otomobil ticareti yaptığı ve özellikle gayri resmi bu ticareti meslek edinen birçok kişinin olduğu durumu, bu yorumu destekler niteliktedir.



Şekil 10. Katılımcılara Göre TRA2 Bölgesinde En Çok Tercih Edilen Otomobil Markalarının Tercih Edilmedeki En Önemli Kriterlerin Dağılımı

Şekil 11’de katılımcılara göre TRA2 Bölgesi’nde otomobillerde tercih edilen yakıt ve vites türlerinin dağılımı verilmiştir. TRA2 Bölgesi’nde en çok tercih edilen yakıt türünün dizel olduğu, benzinli otomobillerin az tercih edildiği ve tercih edilen benzinli otomobillerin ise yaklaşık % 85’inin de LPG’li olduğu gözlemlenmektedir.



Şekil 11. Katılımcılara Göre TRA2 Bölgesi’nde En Çok Tercih Edilen Yakıt ve Vites Türlerinin Dağılımı

Diğer yandan TRA2 Bölgesi’nde en çok tercih edilen vites türünün % 46 oranında tam otomatik, % 32 oranında yarı otomatik ve % 22 oranında ise manuel olduğu görülmektedir.

Tablo 2’de TRA2 Bölgesi’nde galericilik yapan katılımcıların bir otomobil satışında ortalama elde ettikleri kâr oranlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı verilmiştir. Bu veriler bağlamında bakıldığında katılımcıların eğitim düzeyleri ile kâr oranları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Şöyle ki galericilerin eğitim düzeyi arttıkça kâr oranlarının

arttığı sonucuna varılmıştır. Üniversite mezunu olan galericilerin bir otomobilde ortalama % 8,68 kâr elde ederken ilkokul, ortaokul ve lise mezunlarının ise ortalama % 5,5'in altında kâr elde ettikleri gözlemlenmiştir.

Katılımcıların galericilik haricinde ek bir meslek yapısı yapmama durumları bakımından bakıldığında katılımcıların % 89'unun galericilikten başka bir meslek ile uğraşmadığı, geriye kalan % 11'lik kesiminin ise galericiliğin yanı sıra oto tamir ustalığı, esnafılık, çiftçilik, memurluk, öğretmenlik ve mühendislik yaptıkları görülmüştür. Bu çerçevede katılımcıların galericilik haricinde başka bir mesleğe sahip olma durumları ile kâr oranları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı test edilmiş ve anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda galericilik haricinde oto tamir ustası ve esnafılık yapanların yanında eğitim düzeyi yüksek olan meslekleri edinenlerin daha yüksek kâr elde ettikleri; çiftçi ve diğer meslekleri edinenler ile sadece galericilik yapanların ise nispeten daha düşük düzeylerde kâr elde ettikleri gözlemlenmiştir.

Medeni durum bağlamında bakıldığında katılımcıların medeni durumları ile katılımcıların bir otomobil satışında ortalama elde ettikleri kâr oranları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, bekâr olan galericilerin bir otomobil satışında ortalama % 8,16 kâr elde ederken evlilerin ise ortalama % 4,28 kâr elde ettikleri sonuca ulaşılmıştır.

Katılımcıların tecrübe düzeyleri bağlamında yapılan test sonucunda, galericilerin bir otomobil satışında elde ettikleri ortalama kâr oranları bakımından anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Şöyle ki 5 yıldan az tecrübeye sahip olan galericilerin kâr oranlarının 5 yıldan daha fazla tecrübeye sahip olan galericilere göre çok daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Diğer yandan 5 yıldan fazla tecrübeye sahip olan katılımcılar içinde ise en düşük kâr oranına, 11-15 yaş aralığındaki katılımcıların sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Galericilerin Bir Otomobil Satışında Elde Ettikleri Ortalama Kâr Oranlarının Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

	Gruplar	N	Ort.	S.S.	F	p
Eğitim Düzeyi	İlkokul	24	5,20	4,79	9,480	0,000
	Ortaokul	49	5,85	4,80		
	Lise	120	4,65	3,24		
	Önlisans-Lisans	77	8,68	7,66		

Araba Alım-Satım Haricinde Yapılan Ek Meslek Dağılımı	Ek Meslek Yok	240	5,72	5,33	2,819	0,002
	Öğretmen	1	10,00	.		
	Memur	3	10,00	,00		
	Çiftçi	5	5,00	,00		
	İnşaat Mühendisi	2	20,00	,00		
	Oto Tamir Ustası	6	9,00	5,86		
	Elektrik-Elektronik Mühendisi	2	8,00	,00		
	Esnaf	6	10,00	7,74		
	Diğer	5	6,40			
Medeni Durum	Bekâr	55	9,09	8,16	22,405	0,000
	Evli	215	5,30	4,28		
Tecrübe	5≤	51	8,01	6,09	3,939	0,002
	6-10	82	6,68	6,87		
	11-15	46	3,60	2,02		
	16-20	40	4,95	3,63		
	21-25	29	5,86	5,40		
	26≥	22	6,77	4,23		
İş yerinin durumu	Mülk	103	5,13	3,99	4,909	0,028
	Kira	167	6,65	6,19		
Ekspertiz Yapma Durumu	% 0-20	6	15,83	5,84	5,829	0,000
	% 21-40	12	4,91	2,23		
	% 41-60	20	4,25	2,84		
	%61-80	41	6,34	4,40		
	% 81-100	191	5,97	5,77		
Yaş Düzeyi	20-30	63	8,03	8,21	3,707	0,006
	31-40	81	6,28	4,14		
	41-50	91	5,09	4,62		
	51-60	27	4,14	2,72		
	61≥	8	6,12	2,41		

Katılımcıların işyerlerinin durumları bağlamında bakıldığında kâr oranları bakımından anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. İşyeri mülk olan galericilerin ortalama % 5,13 kâr elde ederken işyerleri kira olan galericilerin ise % 6,65 oranında ortalama kâr elde ettikleri gözlemlenmiştir.

Katılımcıların ekspertiz yapma durumları bağlamında yapılan test sonucunda, galericilerin ortalama kâr düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Katılımcılar içerisinde % 0-20 aralığında ekspertiz yapanların, bir otomobil başına ortalama % 15,83 kâr elde ettikleri; ortalama % 20'den fazla ekspertiz yapanların ise en fazla % 6,34 kâr elde ettikleri sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların yaş düzeyleri bağlamında yapılan test sonucunda, galericilerin ortalama kâr düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Yani galericilerin yaş düzeyleri artıkça bir otomobil başına ortalama elde ettikleri kâr oranının azaldığı tespit edilmiştir.

Tablo 3. Galericilerin Aylık Ortalama Otomobil Satış Adetlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

	Gruplar	N	Ort.	S.S.	F	p
Eğitim Düzeyi	İlkokul	24	3,37	0,96	0,513	0,674
	Ortaokul	49	3,73	2,14		
	Lise	120	3,90	2,62		
	Önlisans-Lisans	77	4,02	2,42		
Araba Alım-Satım Haricinde Yapılan Ek Meslek Dağılımı	Ek Meslek Yok	240	3,92	2,34	1,103	0,359
	Öğretmen	1	3,00	.		
	Memur	3	3,00	,00		
	Şoför	1	1,00	.		
	Çiftçi	5	3,20	,83		
	Gıda Toptancısı	2	2,00	,00		
	İnşaat Mühendisi	2	1,00	,00		
	Oto Tamir Ustası	6	5,66	4,92		
	Restoran İşletmecisi	1	5,00	.		
	Emekli	1	2,00	.		
	Elektrik-Elektronik Mühendisi	2	4,00	,00		
	Esnaf	6	2,83	1,16		
Medeni Durum	Bekâr	55	4,10	2,63	0,763	0,383
	Evli	215	3,79	2,30		
Tecrübe	5<	51	3,56	2,11	4,090	0,001
	6-10	82	3,53	2,09		
	11-15	46	3,82	2,25		
	16-20	40	4,57	1,85		
	21-25	29	3,10	1,23		
	26>	22	5,50	4,50		
İş yerinin durumu	Mülk	103	3,94	2,52	0,200	0,655
	Kira	167	3,80	2,28		
Ekspertiz Yapma Durumu	% 0-20	6	8,50	5,04	7,029	0,000
	% 21-40	12	3,00	0,73		
	% 41-60	20	3,50	1,23		
	%61-80	41	3,51	1,61		
	% 81-100	191	3,87	2,41		

Tablo 3'te galericilerin aylık ortalama otomobil satış adetlerinin çeşitli değişkenlere göre dağılımı verilmiştir. Değişkenler içerisinde sadece

galericilerin tecrübe düzeyleri ve ekspertiz yapma oranlarının, bir otomobil satışında ortalama kâr oranları bakımından anlamlı bir farklılığa sahip olduğu görülmüştür. Galerici içeisinde bir ayda en fazla otomobil satma oranına, en tecrübeli galericilerin sahip olduğu ve aylık ortalama 5,50 otomobil sattıkları gözlemlenmiştir. Diğer yandan galericiler içeisinde en fazla otomobil satanların en az ekspertiz yapan galericiler olduğu görülmüştür.

Çalışmanın anket formunda “*İkinci el otomobil piyasasında karşılaştığınız sorunlar nelerdir?*” sorusu, katılımcılara yöneltilmiş ve katılımcılar, aşağıda sıralanan önemli sorunları dile getirmişlerdir:

- Her bir bireyin rahat bir şekilde online araba sitelerinde ilan vermesi.
- Yetkili satıcı ve galericilerin yanında üçüncü şahısların da otomobil ticareti yapması.
- Araba sitelerinde bazı satıcıların fahiş fiyat vererek kamuoyunu yönlendirmesi.
- Otomobil ekspertiz raporlarında, bazen tutarsızlıkların ortaya çıkması.
- Bazı illerde galeri sitelerinin olmaması.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Otomobiller, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bireylerin en çok ilgisini çeken ve her geçen gün talebi giderek artan dayanıklı mallardandır. Türkiye’de kişi başına düşen otomobil sayısı, 2005 yılında % 8,47 iken 2020 yılına gelindiğinde % 15,66’ya yükselmiştir. Bu durum da ülkemizde bireylerin hayatında otomobillerin ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ve gelecekte daha da önemli bir yer tutacağını göstermektedir. Bireyler, otomobil taleplerini ya sıfır ya da ikinci el otomobillerden yana kullanmaktadırlar. Özellikle Türkiye’de otomobil talebinin neredeyse % 91’i, ikinci el otomobil piyasasından karşılanmaktadır. Bu durum da ikinci el otomobil piyasasının önemini daha da arttırmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de ikinci el otomobil piyasasının mevcut durumunun tespit edilmesi ve TRA2 Bölgesi’nde ikinci el otomobil piyasası üzerine bir ampirik uygulama yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye ikinci el otomobil piyasasıyla alakalı makro ekonomik verilere ve bölgeden elde edilen verilerle yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Çalışmada, 2021 yılı dünya otomobil piyasası verilerine göre en yüksek gelir düzeyine sahip olan Volkswagen Group’un Türkiye’de de ikinci el otomobil satışında birinci olduğu gözlemlenmiştir. Aynı verilere göre

gelir düzeyi bakımından ikinciliği göğüsleyen Toyota'nın ise Türkiye'de ikinci el otomobil satışında 10. sırada olduğu görülmüştür. Diğer yandan TRA2 Bölgesi'nde de ikinci el otomobil piyasasında Volkswagen'in % 45'lik oranla ilk sırada yer aldığı, Ford'un % 24 ile ikinciliği, Renault % 9 ile üçüncülüğü ve Toyota ise % 8 ile dördüncülüğü göğüslediği tespit edilmiştir.

İkinci el otomobil piyasasında otomobil markalarının satış hızı bağlamında bakıldığında 2020 yılında ortalama 59 gün ile Fiat, 2021 yılında 34 gün ile Opel ve 2021 yılında ise 38 gün ile Hyundai satış hızı birinciliğini göğüslediği gözlemlenmiştir. Diğer yandan ikinci el otomobil satışında birinciliği, Volkswagen Passat 2020 yılında 87.105 ve 2021 yılında 67.059 adet ile yakalarken 2022 yılının ilk on ayında ise Renault Clio, 59.090 adet satış yaparak yakalamıştır. Ayrıca son üç yılda otomobil fiyatlarının % 300 arttığı, dizel otomobillerin açık ara benzinli otomobillerden yüksek olduğu ve 2022 yılından bu yana ise dizel otomobillerin benzinli otomobillere kıyasla daha çok yükseldiği gözlemlenmiştir.

Çalışmada, TRA2 Bölgesi'nde ankete katılım sağlayan galericilerin % 52'sinin yerinde pazar (galeri veya plazalarda), % 44'ünün araba sitelerinin ve % 4'ünün ise araba pazarı ve diğer yöntemlerin otomobil pazarlamasında en verimli yöntem olduğunu ifade ettikleri görülmüştür. Otomobil alım-satımında katılımcıların % 71'inin % 81-100 aralığında, % 15'inin % 61-80 aralığında, % 7'sinin % 41-60 aralığında, % 5'inin % 21-40 aralığında ve % 2'sinin ise % 0-20 aralığında ekspertiz yaptığı gözlemlenmiştir.

Çalışmada, katılımcılara göre müşterilerin bir otomobilde aradıkları en önemli kriterin markanın popülerliği olduğu ve diğer kriterlerin ise sırasıyla fiyat, pazar payı, güvenlik, konfor, servis hizmetleri ve yedek parça tedariki ve yakıt tüketimi olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcılara göre ikinci el otomobil piyasasında yakıt bakımından bireylerin % 81 oranında dizel, % 16 oranında benzin-LPG'li ve % 3 oranında ise benzinli otomobil tercih ettikleri; vites türü bakımından ise % 46 tam otomatik, % 32 yarı otomatik ve % 22 oranında manuel otomobil tercih ettikleri ifade edilmiştir.

Çalışmada, TRA2 Bölgesi'nde galericilik yapan katılımcıların bir otomobil satışında ortalama elde ettikleri kâr oranlarının çeşitli değişkenler bağlamında ilişkisi incelenmiştir. Sonuç olarak galericilerin eğitim düzeyi arttıkça kâr oranlarının arttığı, galericilik haricinde oto tamir ustası ve esnafılık yapanların yanında eğitim düzeyi yüksek olan meslekleri edinenlerin daha yüksek kâr elde ettikleri; çiftçi ve diğer meslekleri edinenler ile sadece galericilik yapanların ise nispeten daha düşük düzeylerde kâr elde ettikleri tespit edilmiştir. Diğer yandan bekâr olan galericilerin

bir otomobil satışında ortalama % 8,16 kâr elde ederken evlilerin ise ortalama % 4,28 kâr elde ettikleri, işyeri mülk olan galericilerin ortalama % 5,13 kâr elde ederken işyerleri kira olan galericilerin ise % 6,65 oranında ortalama kâr elde ettikleri; katılımcılar içerisinde % 0-20 aralığında ekspertiz yapanların, bir otomobil başına ortalama % 15,83 kâr elde ettikleri, ortalama % 20'den fazla ekspertiz yapanların ise en fazla % 6,34 kâr elde ettikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca galericiler içerisinde bir ayda en fazla otomobil satma oranına, en tecrübeli galericilerin sahip olduğu ve aylık ortalama 5,50 otomobil sattıkları; galericiler içerisinde en fazla otomobil satanların en az ekspertiz yapan galericiler olduğu görülmüştür.

İkinci el otomobil piyasasının makroekonomik ve çalışmanın analiz verilerinin değerlendirildiği bu çalışma, ikinci el otomobil piyasası literatürüne önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İkinci el otomobil piyasası, bireylerin en çok ilgilendiği bir piyasa olmasından dolayı bu piyasa ile alakalı yapılacak her bir çalışma büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda ikinci el otomobil piyasasına dönük çalışmaların artırılması ve özellikle saha çalışmalarına daha çok odaklanması tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akal, M., Alpdoğan, H. & Akat, A. (2019), “İstanbul İli Erkek Cinsiyeti Otomobil Talebi Yapısı ve Tüketici Tercihlerinde Değişmeler”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(2), 177-197.
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Journal of Economic*, 84(3), 488-500.
- Akçi, Y. (2016). İkinci El Otomobil: Tüketici Bakışıyla. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 329-362.
- Alper, C. E. & Mumcu, A. (2007). Interaction between Price, Quality and Country of Origin When Estimating Au-tomobile Demand: The Case of Turkey. *Applied Economics*, 39, 1789–1796.
- Andersson, H. (2005). The Value of Safety as Revealed in the Swedish Car Market: An Application of the Hedonic Pricing Approach. *Journal of Risk and Uncertainty*, 30(3), 211-239.
- Asilkan, Ö. & Sezgin, I. (2009). İkinci El Otomobillerin Gelecekteki Fiyatlarının Yapay Sinir Ağlar ile Tahmin Edilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 375-391.
- Bilen, M. (2021). Predicting Used Car Prices with Heuristic Algorithms and Creating a New Dataset. *Journal of Multidisciplinary Developments*, 6(1), 29-43.
- Bloomberg (2022), İkinci el otomobil pazarı 2021’de daraldı, <https://www.bloomberght.com/ikinci-el-otomobil-pazari-2021-de-daraldi-2297772>. Erişim Tarihi: 23.10.2022.
- Ecer, F. (2013). Türkiye’de 2. El Otomobil Fiyatının Tahmini ve Fiyat Belirleyicilerinin Tahmini. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4), 101-112.
- Erdem, C. & Şentürk İ. (2009). A Hedonic Analysis of Used Car Prices in Turkey. *International Journal of Economic Perspectives*, 3(2), 141-149.
- Eurostat (2020), One Car for Every Two People Living in the EU in 2020, <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220727-1>.
- Gabbott, M. (1991). The Role of Product Cues in Assessing Risk in Second-Hand Markets. *European Journal of Marketing*, 25(9): 38-50.
- Genesove, D. (1993). Adverse Selection in the Wholesale Used Car Market. *Journal of Political Economy*, 101(4), 644-665.
- INDICATE (2021), Türkiye’de Otomotiv Sektörü 2. El Online Pazar Trend Raporu (Ocak-Aralık 2020), <https://www.indicata.com.tr/hakkimizda/haberler-ve-medya/67-aralik-2020-turkiye-otomotiv-2-el-online-pazar-trend-raporu>. Erişim Tarihi: 11.09.2022.
- INDICATE (2022a), Türkiye’de Otomotiv Sektörü 2. El Online Pazar Trend Raporu (Ocak-Aralık 2021), <https://www.indicata.com.tr/hakkimizda/haberler-ve-medya/87-aralik-2021-turkiye-otomotiv-2-el-online-pazar-trend-raporu>. Erişim Tarihi: 12.09.2022.

- INDICATE (2022b), Türkiye’de Otomotiv Sektörü 2. El Online Pazar Trend Raporu (Ekim 2022), <https://www.indicata.com.tr/hakkimizda/haberler-ve-medya/101-ekim-2022-turkiye-otomotiv-2-el-online-pazar-analiz-raporu-2>. Erişim Tarihi: 12.09.2022.
- Liu, E., Li, J., Zheng, A., Liu, H. & Jiang, T. (2022). Research on the Prediction Model of the Used Car Price in View of the PSO-GRA-BP Neural Network. *Sustainability*, 14(15), 8993. <https://doi.org/10.3390/su14158993>
- Miller, C.J. & Brannon, D.C. (2022). Pursuing Premium: Comparing Pre-Owned Versus New Durable Markets. *Journal of Product & Brand Management*, 31(1), 1-15. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2020-2769>.
- Prieto, M. & Caemmerer, B. (2013). An Exploration of Factors Influencing Car Purchasing Decisions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 738-764.
- ODD (2022), ODD Makroekonomik Değerlendirme (Eylül 2022), <https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1/docs/3297/Makroekonomik%20De%409ferlendirme%20-%20Eyl%40c3%bcl.pdf>. Erişim Tarihi: 25.09.2022
- SMMT (2022), Used Car Sales Data, <https://www.smm.co.uk/category/vehicle-data/used-car-sales-data/>. Erişim Tarihi: 25.09.2022.
- Statista (2021), Largest automobile markets worldwide in 2021, based on new car registrations (in million units), <https://www.statista.com/statistics/269872/largest-automobile-markets-worldwide-based-on-new-car-registrations/>. Erişim Tarihi: 14.09.2022.
- Statista (2022a), Estimated passenger car production in selected countries in 2021, <https://www.statista.com/statistics/226032/light-vehicle-producing-countries/>. Erişim Tarihi: 14.09.2022.
- Statista (2022b), Revenue of leading automakers worldwide in 2021 (in billion U.S. dollars), <https://www.statista.com/statistics/232958/revenue-of-the-leading-car-manufacturers-worldwide/>. Erişim Tarihi: 09.09.2022.
- Murray, J. & Sarantis N. (1999). Price-Quality Relations and Hedonic Price Indexes for Cars in the United Kingdom. *International Journal of the Economics of Business*, 6(1), 5-27.
- TÜİK, 2022, Motorlu Kara Taşıtları, Aralık 2021, https://data.tuik.gov.tr/Bul-ten/Index?p=Motorlu-Kara-Tasitlari-Aralik-2021_45703#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=T%C3%BCrkiye%27de%202021%20y%C4%B1l%C4%B1nda%20bir,bin%20241%20adet%20art%C4%B1%C5%9F%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Yayar, R. & Yılmaz, E. (2018), İkinci El Otomobil Talep Fiyatının Regresyon Analizi: TR83 Bölgesi Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(1), 39-52.

“

Bölüm 13

**BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KALKINMA
PROGRAMI SÜRDÜRÜLEBİLİR
KALKINMA HEDEFLERİ
DOĞRULTUSUNDA AB ÜLKELERİ VE
TÜRKİYE’NİN KARŞILAŞTIRMALI
ANALİZİ**

Mustafa Cem KIRANKABEŞ¹

”

¹ Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, İİBF, E-posta: ckirankabes@balikesir.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-0807-5897

GİRİŞ

Sürdürülebilir kalkınma ülkelerin büyüme ve kalkınma çabalarının sonucu olarak meydana gelen veya gelebilecek çevresel, yaşamsal tüm olumsuzlukları ortadan kaldırmaya ve ekosistemlerin kendini yenilemesine imkân sağlayacak tedbirlerin bugünden alınmasına yönelik gayretlerin tümünü kapsamaktadır. Ülkelerin kalkınma sürecinde uygulamakta olduğu üretim yöntemlerinin yaratmış olduğu çevresel bozulmalar, küresel ekosistemde geri dönülemez sorunların oluşmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir kalkınma esasen dünyanın bize sunduğu yaşam hakkının gelecek nesillerinde yararlanabileceği şekilde korunmasına yönelik geliştirilmiş tüm politikadır. Günümüzde çeşitli kurumlar bu politikaların geliştirilmesini teşvik etmektedir. Bu kurumların başında Birleşmiş Milletler (UN) gelmektedir. Birleşmiş Milletler çatısı altında devam etmekte olan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) kapsamında sürdürülebilir kalkınma anlamında önemli çalışmalar yürütülmektedir.

UNDP, küresel boyutta yoksulluk ve eşitsizliği ortadan kaldırmak ve sürdürebilir kalkınma hedeflerini desteklemek için çalışmalar yürütmektedir. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, 2015 yılında tüm Birleşmiş Milletler üye ülkeleri tarafından kabul edilmiştir. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi kapsamında Birleşmiş Milletlerin acil eylem çağrısı olarak tanımladığı 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SKH) belirlendi. Bu hedefler küresel yoksulluğu azaltma, fırsat eşitsizliğini azaltma, ekonomik büyümeyi teşvik etme ve küresel ısınma sonucunda yaşamakta olduğumuz iklim değişiklikleri ile mücadele etme gibi konularda yoğunlaşmıştır. UNDP, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda hükûmetler, sivil toplum kuruluşları, akademi ve iş çevreleri gibi geniş bir katılımçı grubu ile çalışmalarını yürütmektedir.

Özellikle 2022 yılında hazırlanan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Raporu, UNDP tarafından belirlenmiş olan 17 başlığın tamamına yakınında endişe verici sonuçlar ortaya koymuştur. 2008 küresel finansal krizin etkisi bazı ülkelerde halen devam ederken, Dünya genelinde yaşana Covid-19 pandemisi ve arkasından başlayan Rusya-Ukrayna savaşının ekonomik etkileri sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin önemli düzeyde sapsmasına neden olmuştur. Raporda, Covid-19 pandemisinin, küresel iklim değişikliğinin ve çatışmaların hemen hemen tüm sürdürülebilir kalkınma hedeflerini etkilediği belirtiliyor. Özellikle gıda, beslenme, sağlık, eğitim gibi göstergelerde önemli düzeyde kayıpların yaşandığı vurgulanıyor.

Avrupa Birliği (AB) politikalarının tasarlayıcısı ve koordinatörü, başka bir deyişle Avrupa Birliği'nin yürütme organı olan Avrupa Toplulukları Komisyonu, SKH çerçevesinde UNDP ile eşgüdüm içerisinde çalışmaktadır. Avrupa Birliği İstatistik Veri Tabanı (Eurostat) AB ülkelerini, aday ül-

keleri ve seçilmiş diğer ülkeleri kapsayacak şekilde veri yayınlamaktadır. Bu kitap bölümünde Avrupa Birliği İstatistik Veri Tabanında (Eurostat) yayınlanan Türkiye'nin verilerinin bulunduğu seçilmiş veri setleri kullanılarak Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kapsamında AB ülkeleri ve Türkiye'nin karşılaştırmalı analizi yapılacaktır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA KAVRAMI VE BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KALKINMA PROGRAMI (UNDP)

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ise ilk kez, 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nca hazırlanan Brundtland Raporu'nda “Bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılamak yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma” olarak tanımlanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma sürecinde önemli gelişmelerden biri Rio Konferansıdır. 3-14 Haziran 1992 tarihleri arasında, Rio de Janeiro'da tertiplenen BM Çevre ve Kalkınma Konferansı ülkelerin çevreye duyarlı yönetim şekilleri benimsemelerine yönelik bir dizi ilkenin kabul edilmesini ve çölleşme ile mücadele, BM biyolojik çeşitlilik sözleşmesi gibi sözleşmelerin imzaya açılmasını sağlamıştır. Bu çabaların bir devamı olarak, 1992 Rio konferansından 20 yıl sonra, 20-22 Haziran 2012 tarihleri arasında yine Rio de Janeiro'da BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı (Rio+20) düzenlenmiştir. Rio+20 Zirvesi sonucunda “İstedğimiz Gelecek” isimli, kalkınma için yol haritası niteliğinde bir sonuç belgesi kabul edilmiştir. Son olarak Binyıl Kalkınma Hedeflerinin devamı niteliğinde, 27 Eylül 2015 tarihinde, New York'ta, 17 hedef ve 169 alt hedef olarak “Gündem 2030: BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH)” kabul edilmiştir (Sürdürülebilir Kalkınma, 2022).

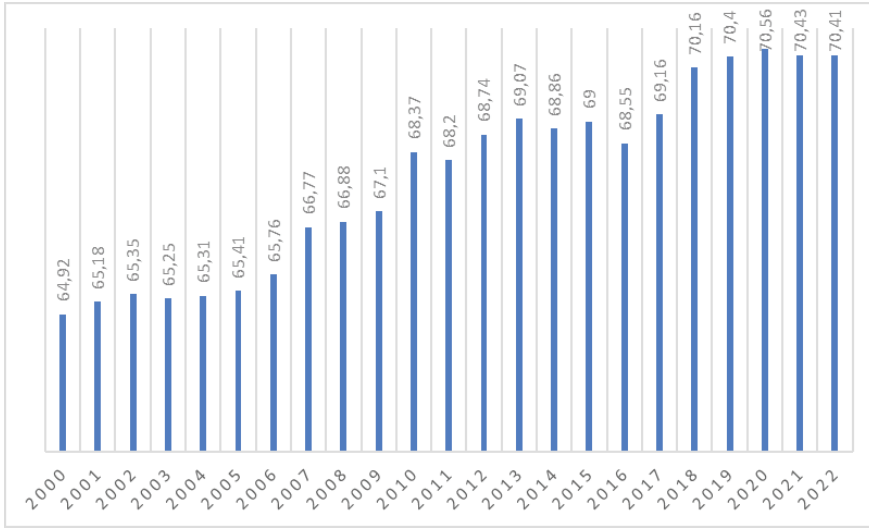
UNDP, Birleşmiş Milletlerin küresel kalkınma ağı oluşturmak için kurduğu bir programdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelere odaklanarak, insanların daha iyi yaşam standartlarına sahip olmaları için gerekli olan bilgi, deneyim ve kaynakları sağlar. UNDP, yaklaşık 170 ülke ve bölgede çalışarak yoksulluğun ortadan kaldırılmasına, eşitsizliklerin ve dışlanmanın azaltılmasına ve ülkelerin ilerlemeyi sürdürebilmesi için dayanıklılığın oluşturulmasına yardımcı oluyor. Birleşmiş Milletlerin kalkınma ajansı olarak UNDP, ülkelerin Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SKH) ulaşmalarına yardımcı olmada kritik bir rol oynamaktadır.

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, 2015 yılında tüm Birleşmiş Milletler üye ülkeleri tarafından kabul edilmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi Birleşmiş Milletlerin acil eylem çağrısı olarak tanımladığı 17 SKH dayanmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde 17 SKH hakkında bilgi verilecek ve UNDP tarafından 2022 yılında yayınlanan SKH 2022 raporu

ve Avrupa Birliği İstatistik Veri Tabanında (Eurostat) var olan veriler kullanılarak ülkemizin bu hedeflerin neresinde olduğunu belirlemeye yönelik olarak AB ülkeleri ile karşılaştırmalı analizi yapılacaktır. Bununla beraber Eurostat veri tabanında 17 SKH'nin tamamında ülkemize ait veriler bulunmamaktadır. Dolayısıyla her bir başlığı ülkemiz özelinde değerlendirme şansımız olmasa da var olan ve önemli olduğunu düşündüğümüz tüm veri setleri çalışma kapsamında değerlendirilmeye çalışılacaktır.

SKH değerlendirilmesine katılan 163 ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler almış oldukları toplam puana göre sıralanır. 100 tam puan, tüm SKH'lere ulaşıldığını gösterir. 2022 yılı için Türkiye'nin puanı 100 üzerinde 70,4'dir. Bu puanla Türkiye 163 ülke arasında 71. sırada yer almıştır. Tablo 1'de Türkiye'nin 2000-2022 yılları arasında almış olduğu puanlara göre gelişimi görülmektedir.

Grafik 1: Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefinde Yıllara Göre Genel Puan Grafiği



Kaynak: <https://dashboards.sdgindex.org/rankings>

Grafik 1'de görüldüğü gibi Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi ulaşmada 22 yıllık bir süreçte yaklaşık %5,5 puanlık bir ilerleme kaydetmiştir.

2. UNDP SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ VE AB ÜLKELERİ İLE TÜRKİYE’NİN KARŞILKAŞTIRMALI ANALİZİ

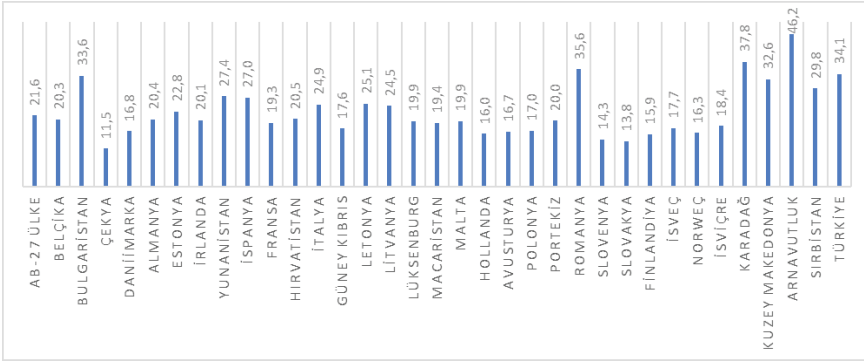
Çalışmanın bu bölümünde Avrupa Birliği İstatistik Veri Tabanından (Eurostat) alınan veriler kullanılarak 17 adet sürdürülebilir kalkınma hedefi ayrı ayrı değerlendirilmekte ve Türkiye’nin verisinin bulunduğu göstergelerde durumu karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir.

Yoksulluğa Son

Birleşmiş Milletlerin bu başlık altındaki temel hedefi 2030 yılına kadar, ulusal tanımlara göre ülke içinde yoksulluk içinde yaşayan tüm erkek, kadın ve çocukların oranını en az yarı yarıya azaltmaktır. (T.C. Cumhurbaşkanlığı, SBKADR 2019, s.11). Birleşmiş Milletler, Ekonomik ve Sosyal İşler Dairesi, İstatistik Bölümü 2015-2018 yılları arasında, küresel yoksullukta tarihsel bir düşüş yaşanmış olduğunu ve aşırı yoksulluk oranının %10,1’den, %8,6’ya düştüğünü vurgulamaktadır. Bu olumlu tablo neticesinde günde 1,90 doların altında gelire yaşayan insan sayısının 2015 yılında yaklaşık 740 milyondan 2018 yılında yaklaşık 656 milyona düştüğünü belirtmektedir. Kurum 2019 yılında yaşanan Kovid-19 pandemisinin 2015-2018 döneminde yaşanan bu ilerlemeye çok ciddi bir engel teşkil ettiğini belirtmektedir. Kurumun yapmış olduğu 2020 tahminleri, pandemi öncesinde beklenenden 75 milyon daha fazla insanın aşırı yoksulluk içinde yaşayacağı ve sayının yaklaşık 714 milyon kişiye yükseleceği yönündedir. Ayrıca artan gıda fiyatları ve Ukrayna’daki savaşın kapsamlı etkilerinin bu sayıyı daha da yukarılara yaklaşık 676 milyona çıkarabileceği vurgulanmaktadır (No poverty, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye’nin yoksulluğa son hedefin gerçekleştirilmesi hususunda hala zorluklarının bulunduğu belirtilmesine rağmen olumlu gelişmelerin olduğu vurgulanmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21). Alta yer alan Grafik 2, Eurostat veri tabanında yayınlanmakta olan SKH göstergelerden “yoksulluk veya sosyal dışlanma riski altındaki kişiler” göstergesi kullanılarak oluşturulmuştur.

Avrupa Birliği İstatistik Veri Tabanından (Eurostat) alınan bu gösterge, oransal olarak sosyal transferlerden sonra yoksulluk riski altında olan, ciddi şekilde maddi yoksunluk içinde olan veya çok düşük istihdam yoğunluğuna sahip hanelerde yaşayan kişilerin toplam nüfusa oranına karşılık gelmektedir. Oran hesaplanırken bireyler bu olumsuzluklardan birinden fazlasından etkilenmiş olsalar bile yalnızca bir kez sayılırlar. Bireyler sosyal transferler eklendikten sonra ulusal medyan eşdeğerli harcanabilir gelirin %60 altında gelire sahipse yoksul olarak kabul edilirler (Eurostat, [Sustainable Development Indicators](#), 2022).

Grafik 2: Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Altındaki Kişiler/Toplam Nüfus

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_01_10/default/table?lang=en

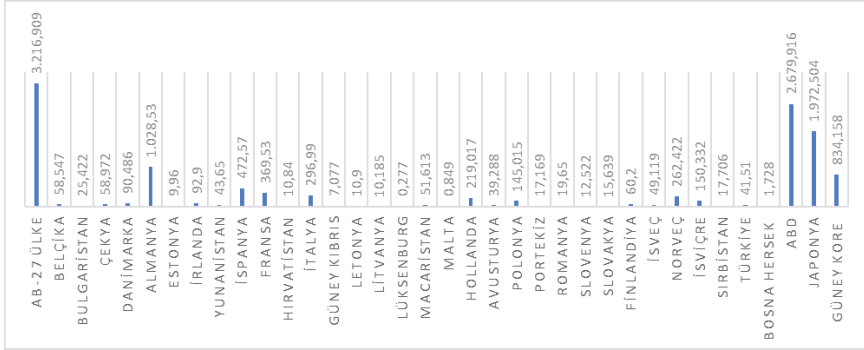
Grafik 2’de görüldüğü gibi 2020 yılında Türkiye’de nüfusun %34,1’i yoksulluk sınırı altında yaşamaktadır. Değerlendirme kapsamında bulunan ülkeler arasında en iyi durumda olan ülke %11,5 ile Çekya’dır. 27 AB ülkesinin ortalaması ise %21,6 olarak hesaplanmıştır. Yoksulluk sınırı altında yaşayan hane halkının en yüksek olduğu ülke %46,2 ile Arnavutluk’tur.

Açlığa Son

Bu başlık altındaki en temel hedef 2030 yılına kadar, açlığa son vermek herkes için yıl boyunca güvenli, besleyici ve yeterli gıdaya erişim sağlamaktır (T.C. Cumhurbaşkanlığı, SBKADR 2019, s.22). SKH 2022 raporunda 2021 yılında 828 milyon kadar insanın açlık çekmiş olabileceğini tahmini yapılmaktadır. Özellikle Rusya-Ukrayna savaşının ve küresel iklim değişikliğinin dünyanın en yoksul insanları için tehlikeli düzeyde gıda kıtlığına neden oldu belirtilmektedir. Raporda, uluslararası toplumun, gıda kıtlığı ardından gelebilecek sosyal, ekonomik ve politik kargaşayı önlemek için harekete geçmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Zero Hunger, 2022). SKH 2022 raporunda, Türkiye’nin açlığa son hedefin gerçekleştirilmesi hususunda hala önemli zorlularının devam ettiği belirtilmektedir. Buna rağmen göstergede orta derecede iyileşme olduğu vurgulanmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21).

Altta yer alan Grafik 3, SKH kapsamında Eurostat veri tabanında yayınlanmakta olan göstergelerden “hükümetlerin sağladığı tarımsal araştırma ve geliştirmeye devlet desteği” göstergesi kullanılarak oluşturulmuştur. Bu veri hükümetlerin 2021 yılında tarıma yönelik Ar-Ge çalışılımlarına ayırdığı toplam bütçeyi göstermektedir. Veri hükümetlerin tarım sektöründe kamu finansmanına ne kadar önem verdiğini göstermektedir.

Grafik 3: Hükümetlerin Sağladığı Tarımsal Araştırma ve Geliştirmeye Devlet Desteği



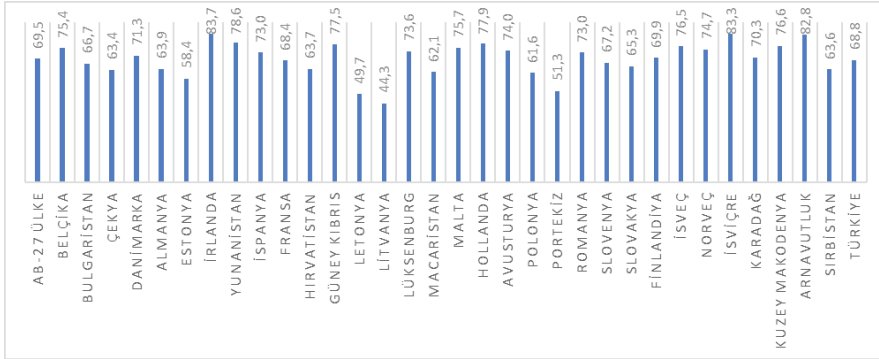
Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_02_30/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_02

Yukarıda yer alan Grafik 3’de görüldüğü gibi Türkiye’nin tarımsal Ar-Ge çalışmalarına ayırdığı bütçe yaklaşık 41,5 milyon Euro’dur. Bu alanda en yüksek bütçe Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tarafından ayrılmaktadır. ABD hükümeti tarımsal Ar-Ge’ye yaklaşık 2 milyar 680 milyon euro ayırmaktadır. ABD ardından tarımsal Ar-Ge çalışmalarına en çok desteği 1 milyar 973 milyon euro ile Japonya, 1 milyar 30 milyon euro ile Almanya ve 834 milyon euro ile Güney Kore vermektedir.

Sağlık ve Kaliteli Yaşam

SKH 2022 raporunda Kovid-19 pandemisinin küresel sağlık konusunda son yıllarda yaşanan ilerlemeyi oldukça olumsuz etkilediği belirtilmektedir. 2022 yılının ortalarına kadar dünya çapında yarım milyar insanın enfekte olduğu vurgulanmakta ve bu durumun başta kanser, HIV, verem ve sıtma gibi önlenabilir hastalıklarla yapılan mücadeleyi önemli düzeyde olumsuz etkilemiş olduğu vurgulanmaktadır. Raporda ayrıca Kovid-19 dolayısıyla 2020-2021 yılları arasında 15 milyon ölüm vakasının yaşandığı belirtilmektedir (Good Health and Well-being, 2022). SKH 2022 raporunda, Türkiye’nin sağlık ve kaliteli yaşam başlığında büyük zorlularının devam ettiği belirtilmektedir. Buna rağmen göstergede orta derecede iyileşme olduğu vurgulanmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21).

Grafik 4: Kendini “İyi” Veya “Çok İyi” Olarak Algılayan 16 Yaş ve Üstü Nüfusun Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_03_20/default/table?lang=en

Grafik 4, Eurostat veri tabanında alınan ve likert ölçeği kullanılarak gerçekleştirilen bir anketin sonuçlarından üretilmiştir. Anket 16 yaş ve üstü nüfusa uygulanmıştır. Ankete katılanlardan sağlıklarını “çok iyi” den “çok kötü” ye kadar bir aralıkta değerlendirmeleri istenmiştir. Ülkelere ait değerler ankette kendini “iyi” veya “çok iyi” olarak algılayanların, ankete katılanlara oranıdır. Türkiye’de bu ankete katılanlardan %68,8’i sağlığını “iyi” ve “çok iyi” olarak ifade etmiştir. Bu değerlendirme kriterinde en yüksek yüzdeye sahip olan ülke %83,7 ile İrlanda’dır. İrlanda’yı %83,3 ile İsviçre izlemektedir. Bu değerlendirme kriterinde en düşük oran %44,3 ile Litvanya’ya aittir. Türkiye sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden sağlık kriterinde değerlendirme kapsamındaki AB ülkeleri arasında ortalama bir değere sahiptir.

Nitelikli Eğitim

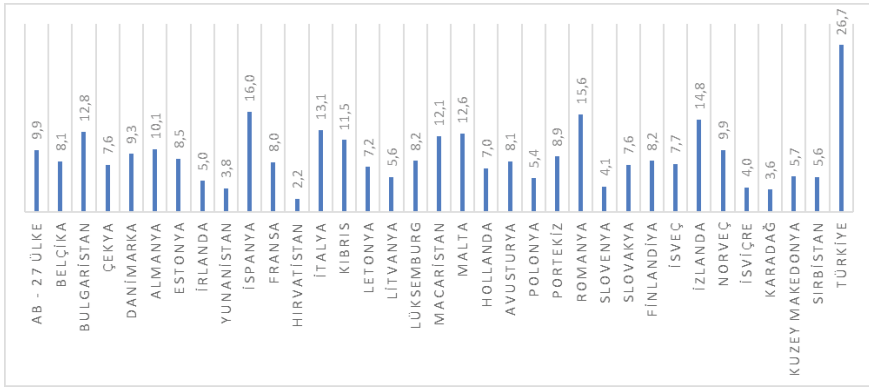
SKH 2022 raporunda Kovid-19 pandemisinin eğitim sistemlerinde ciddi aksamalara neden olduğu, 2020 ve 2021 yıllarında tahminen 147 milyon çocuğun yüz yüze eğitimin yarısından fazlasını kaçırdı belirtilmektedir. BM, hükümetlerin Kovid-19 döneminde yaşanan öğrenme kayıplarını telafi etmek için standart eğitim sürecine ek ve iyi planlanmış eğitim programları uygulaması gerektiğini belirtmektedir (Quality Education, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye’nin nitelikli eğitim başlığında önemli zorlularının devam ettiği bununla beraber orta derecede iyileşme olduğu vurgulanmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21). SKH, nitelikli eğitim başlığı altında ilk değerlendireceğimiz gösterge eğitim ve öğretimden erken ayrılanların toplam nüfus oranıdır. Bu gösterge verinin

toplandığı araştırmadan önceki dört hafta boyunca herhangi bir eğitim veya öğretim faaliyetine katılmayan, en fazla ortaöğretim birinci kademede olan 18 ila 24 yaş arasındaki bireylerin toplam nüfusu oranını verir.

Grafik 5’te görüldüğü gibi Türkiye bu kriterde Eurostat’tan alınan veri doğrultusunda değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında en olumsuz orana sahip olan ülke konumundadır. Türkiye’de araştırmadan önceki dört hafta boyunca herhangi bir eğitim veya öğretim faaliyetine katılmayan, 18 ila 24 yaş arasındaki bireylerin toplam nüfusu oranını %26,7 olarak görülmektedir. Bu değerlendirme kriterine göre 27 AB ülkesinin ortalaması %9,9 olarak görülmektedir. Eğitim ve öğretim faaliyetlerinden erken ayrılanların değerlendirildiği bu kriterde en düşük oran %2,2 ile Hırvatistan’a aittir.

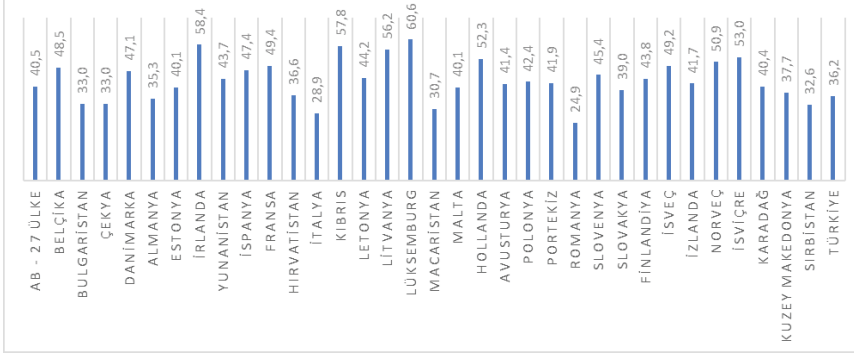
Grafik 5: Eğitim ve Öğretimden Erken Ayrılanların Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_04_10/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_04

Bu başlık altında değerlendireceğimiz ikinci gösterge yüksek öğretimi tamamlayan gençlerin toplam nüfus içindeki oranını veren göstergedir. Aşağıda yer alan grafik Eurostat veri tabanından alınan veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Grafik 6: Yüksek Öğretimi (Örneğin Üniversite, Yüksek Teknik Kurum Vb.) Başarıyla Tamamlamış 25-34 Yaş Arası Gençlerin Toplam Nüfus İçindeki Payı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_04_20/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_04

Nitelikli Eğitim başlığı altında değerlendireceğimiz ikinci gösterge, Eurostat veri tabanından alınan 2020 yılına ait yüksek öğretimi (örneğin üniversite, yüksek teknik kurum vb.) başarıyla tamamlamış 25-34 yaş arası gençlerin toplam nüfus içindeki payıdır. Grafik 6'da görüldüğü gibi Türkiye'de yüksek öğretimi başarıyla tamamlamış 25-34 yaş arası gençlerin toplam nüfus içindeki payı %36,2'dir. Bu kriterde 27 AB ülkesinin ortalaması %40,5 düzeyinde gerçekleşmiştir. Yüksek öğretimi başarıyla tamamlamış 25-34 yaş arası gençlerin toplam nüfus içindeki payı kriterinde en yüksek oran %60,6 ile Lüksemburg'a aittir.

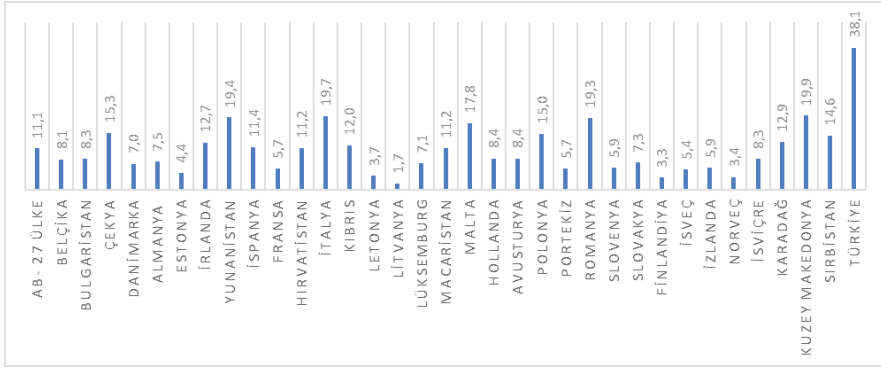
Cinsiyet Eşitliği

Cinsiyet Eşitliği, SKH temel amacı kadınlara ve kız çocuklarına yönelik her türlü ayrımcılığa son vermektir. BM verilerine göre 2015 itibarıyla, yaklaşık 736 milyon insan hala günde 1,90 doların altında yaşamaktadır ve bunların birçoğu yiyecek, temiz içme suyuna ulaşamamaktadır. UNDP, toplumsal cinsiyet eşitliğini çalışmalarının merkezine yerleştirmektedir. Bu konuda son 20 yılda kayda değer ilerleme kaydedilmiştir. 15-20 yıl öncesine kıyasla şu anda daha fazla kız çocuğu eğitim almaktadır (Gender equality, 2022). Cinsiyet eşitliği diğer sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden en çok etkilenen sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biridir. Cinsiyet eşitliğini veya diğer bir deyişle eşitsizliğini Yoksulluk, Açlık, Sağlık ve Kaliteli Yaşam, Nitelikli Eğitim, İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme, Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı, Eşitsizliklerin Azaltılması, Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar, Sulh ve Adalet ve Amaçlar içi ortaklıklar sürdürülebilir kalkınma hedefleri etkilemektedir. Dolayısıyla, söz konusu sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden öncelikli olmak üzere hemen hemen tüm sürdürülebilir kalkınma hedefinin cinsiyet eşitliği bağ-

lamında ele alınması gereklidir (TC Cumhurbaşkanlığı, SBKADR 2019, s.77). Dünya genelinde kadına yönelik şiddet hâlâ yaygın. Bu anlamda cinsiyet eşitliğini destekleyen yasaların, politikaların, bütçelerin ve kurumların teşviki yoluyla bu alanda cesur adımlar atılması gerekiyor.

SKH 2022 raporunda, Türkiye’de cinsiyet eşitsizliği başlığı altında büyük zorlularının devam ettiği belirtilmektedir. Ayrıca bu başlık altında bir ilerleme olmadığı aynı düzeyde ve durgun olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Eurostat veri tabanından alınan veriler ile oluşturulan Grafik 7’de, 20-64 yaş arası kadın ve erkek istihdam oranları arasındaki fark görülmektedir. Gösterge, AB işgücü anketine dayanmaktadır.

Grafik 7: Cinsiyete göre İstihdam Açığı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_05_30/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_05

Grafik 7’de tüm istihdam kategorilerinin toplamı değerlendirilmeye alınmıştır. Türkiye’de kadın erkek istihdamı arasındaki fark %38,1 seviyesinde olup değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında dikkat çekecek düzeyde dengesizdir. Kadın ve erkek istihdam oranları arasındaki farkın en düşük olduğu ülke %1,7 ile Litvanya’dır.

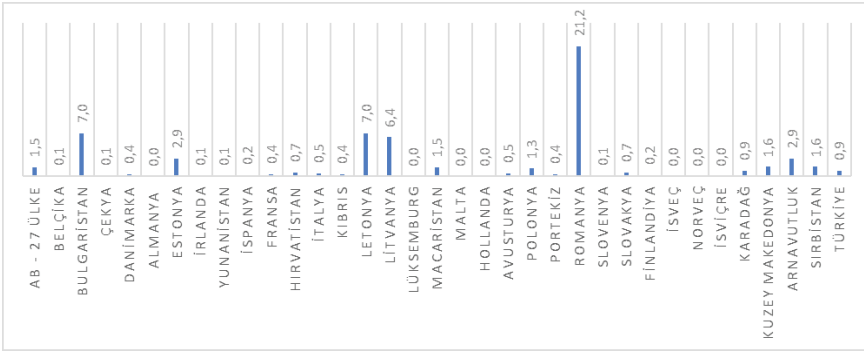
Temiz Su ve Sanitasyon

Bu SKH temel amacı herkes için erişilebilir su ve atıksu hizmetlerini ve sürdürülebilir su yönetiminin güvence altına alınmasıdır. Su kıtlığı, dünya nüfusunun hali hazırda %40’ından fazlasını etkilemektedir ve bu küresel ısınma ile artacağı tahmin edilen endişe verici bir rakamdır. Dünya genelinde gün geçtikçe daha fazla ülke su stresi yaşıyor ve artan kuraklık ve çölleşme temiz suya ulaşma konusunda kaygıyı arttırıyor. 2050 yılına kadar, her dört kişiden en az birinin tekrarlayan su sıkıntısı çekeceği

tahmin ediliyor. Bu anlamda en kısa zamanda suyla ilgili ekosistemleri korumak ve eski haline getirmek esastır (Clean water and sanitation, 2022). Hızlı nüfus artışı ve tarım ve sanayinin artan baskısı nedeniyle suya olan talep artıyor. Mevcut durum devam ederse 2030 yılına kadar 1,6 milyar insan güvenli içme suyundan ve 2,8 milyon insan yeterli sanitaryondan yoksun olacak. Bu şartlar altında sınırı aşan sularda devletler arasında iş birliğini artırmak için daha fazla çabaya ihtiyaç bulunmaktadır (World Economic Forum, 2022).

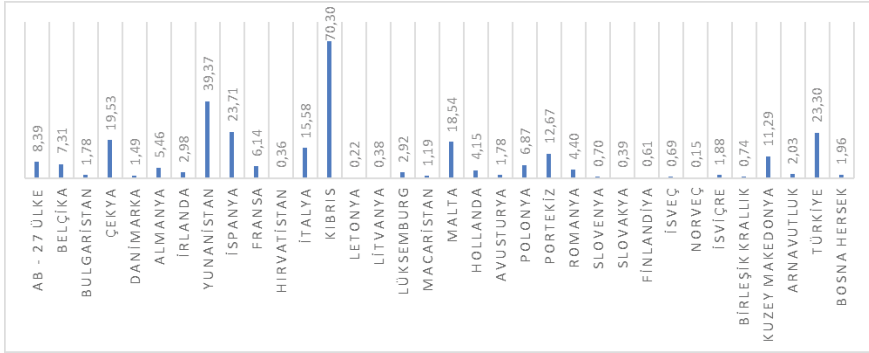
SKH 2022 raporunda, Türkiye’de orta derecede bir ilerleme olmasına rağmen temiz su sanitasyon anlamında büyük zorlularının devam ettiği belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Bu başlık altında aşağıda yer alan Grafik 8 ve 9’de iki farklı veri değerlendirilmiştir.

Grafik 8: *Evlerinde Banyo, Duş veya Dahili Sifonlu Tuvalet Olmayan Bireylerin Toplam Nüfusa Oranı*



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_06_10/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_06

Grafik 8’de yoksulluk nedeni ile evinde banyo, duş veya sifonlu tuvalet bulunmayan bireylerin toplam nüfusa oranını görülmektedir. Türkiye’nin evinde banyo, duş veya sifonlu tuvalet bulunmayan bireylerin genel nüfusa oranı %0,9 düzeyindedir. Bu oran değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında iyi bir seviyedir.

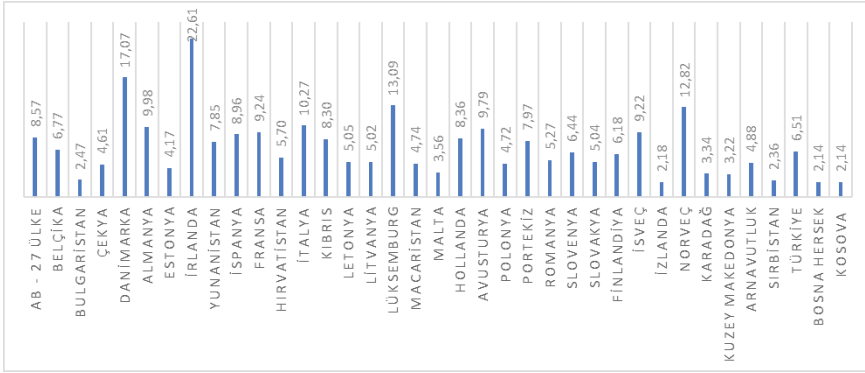
Grafik 9: Su Kullanım Endeksi

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_06_60/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_06

Grafik 9’de ülkelere ait Su Kullanım Endeksi+ (WEI+) verileri görülmektedir. Avrupa çapında kabul edilmiş resmi değer %20’nin üzerinde ise bu durum su kıtlığının bir göstergesi olarak kabul edilirken, %40’a eşit veya daha büyük değerler ciddi su kıtlığı durumlarını, yani tatlı su kaynaklarının kullanımının açıkça sürdürülemez olduğunu gösterir. Kıbrıs için hesaplanan değer %70,30 olarak görülmektedir ki bu ciddi su kıtlığını ifade etmektedir. Türkiye için su kullanım endeksi %23,30’dur ve bu değer ülkemiz adına su kıtlığının göstergesidir.

Uygun Fiyatlı Erişilebilir Enerji ve Temiz Enerji

Küresel elektriğe erişim oranı 2010 yılında %83 düzeyinde iken bu oran 2020 yılında %91’e yükseldi. Bu yıllar arasında elektriği olmayan insan sayısı 1,2 milyardan 733 milyona düştü. Son yıllarda yapılan çalışmalar neticesinde yenilenebilir enerjinin toplam nihai enerji tüketimi içindeki payı, 2019 yılında %17,7’ye ulaştı ama henüz yeterli düzeyde değildir (Affordable and clean energy, 2022). Mevcut oranlarla 2030 yılında 679 milyon kişinin hala elektriksiz kalacağı tahmin ediliyor. Sürdürülebilir kalkınma anlamında enerji ve iklim hedeflerine ulaşmak için özellikle gelişmekte olan ülkelerde yenilenebilir enerjide kamu ve özel sektörün acil eylem planı geliştirmesi önem arz etmektedir. (World Economic Forum, 2022). SKH 2022 raporunda, Türkiye’de orta derecede bir ilerleme olmasına rağmen uygun fiyata erişilebilir ve temiz enerji başlığında zorlularının devam ettiği belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Bu başlık altında aşağıda yer alan Grafik 10’da enerji verimliliği verisi değerlendirilmiştir.

Grafik 10: Enerji Verimliliği

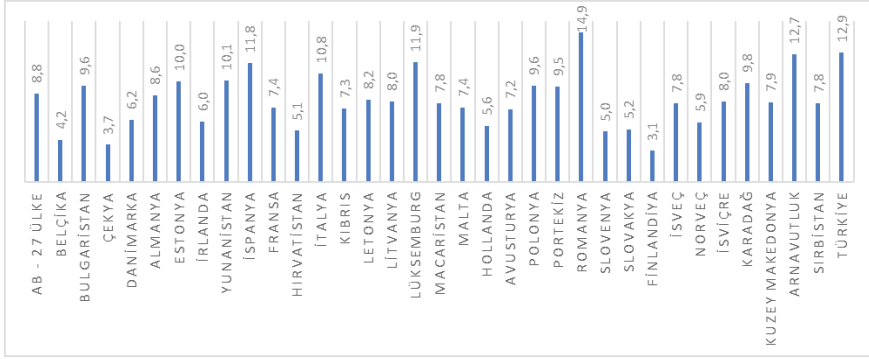
Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_07_30/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_07

Yukarıda yer alan Grafik 10'da ülkelere ait enerji verimliliği değerleri görülmektedir. AB tarafından sürdürülebilir kalkınma hedefini değerlendirmek için kullanılan bu gösterge kullanılabilir brüt enerji birimi (KGOE -Kilogram petrol eşdeğeri)¹ başına üretilen ekonomik çıktı miktarını Euro cinsinden vermektedir. Tanımda geçen brüt kullanılabilir enerji, söz konusu coğrafi alandaki kuruluşların tüm taleplerini karşılamak için gerekli enerji ürünlerinin miktarıdır. Bu göstergeye göre enerji verimliliği en yüksek olan ülke 22,61 Euro-KGOE ile İrlanda'dır. Enerji verimliliğinde İrlanda'dan sonra sırası ile Danimarka, Lüksemburg ve Norveç gelmektedir. Türkiye 6,51 Euro-KGOE ile enerji verimliliği ile değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında orta düzeyde bulunmaktadır.

İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme

Birleşmiş Milletler SKH'leri doğrultusunda sürdürülebilir ekonomik büyümeyi, iş gücü piyasasında verimliliğini, teknolojik yeniliği teşvik etmektedir. (Decent work and economic growth, 2022). SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin insana yakışır iş ve ekonomik büyüme göstergesinde durgun bir süreç içinde olduğu ayrıca bu başlık altında büyük zorlukların devam ettiği yönünde bir değerlendirme bulunmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21). İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme başlığı altında ilk değerlendirilecek veri Eurostat veri tabanından alınmış olduğumuz yoksulluk sınırı altında çalışan işgücü verisidir.

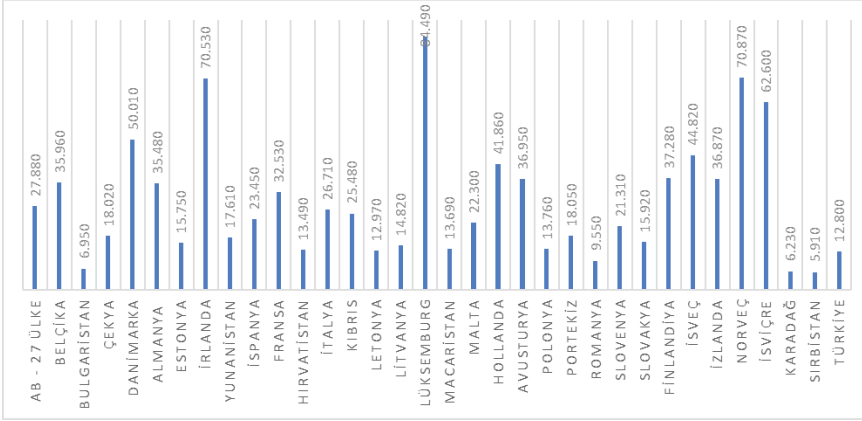
¹ Genellikle KGOE olarak kısaltılan Kilogram petrol eşdeğeri, standartlaştırılmış bir enerji birimidir. Geleneksel olarak, bir kilogram ham petrolden çıkarılabilecek yaklaşık enerji miktarına eşdeğerdir. 41 868 kilojoule/kg net kalorifik değeri atanan standartlaştırılmış bir birimdir ve farklı kaynaklardan gelen enerjiyi karşılaştırmak için kullanılabilir.

Grafik 11: Yoksulluk Sınırı Altında Çalışan İşgücü

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_01_41/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_08

Grafik 11’de yoksulluk sınırı altındaki çalışan işgücü verisi görülmektedir. Bu gösterge, istihdam edilen ve eşdeğer harcanabilir geliri, ulusal medyan eşdeğer harcanabilir gelirin (sosyal transferlerden sonra) %60’ı olarak belirlenen yoksulluk sınır eşiğinin altında olan kişilerin payını ölçer. Bu göstergenin amacı doğrultusunda, bir kişi referans yılın yarısından fazlasında çalışmışsa istihdam edilmiş olarak kabul edilir. Gösterge, AB tarafından oluşturulan EU-SILC istatistiklerine dayanmaktadır (gelir ve yaşam koşullarına ilişkin istatistikler). Bu göstergeye göre en kötü oran %14,9 ile Romanya’ya aittir. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında Romanya’dan sonra en kötü oran %12,9 ile Türkiye’ye aittir.

İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme başlığı altında değerlendirilmeye aldığımız ikinci gösterge Kişi Başına Reel GSYİH değeridir. Değerlendirme kapsamındaki ülkelere ait Kişi Başına Reel GSYİH değerleri Grafik 12’de görülmektedir. Kişi başı GSYİH göstergesi, bir ülkenin belirli bir baz yılına göre hesaplanan Reel GSYİH’nin o ülkenin hesaplamasının yapılacağı yılki toplam nüfusuna bölünmesiyle bulunur. Grafik 12’de 2010 yılı baz yılı alınarak *zincirleme* hacim endeksi yöntemiyle hesaplanan 2021 yılı kişi başı GSYİH değerleri görülmektedir. GSYİH, bir ülkedeki ekonomik faaliyetin ölçüsüdür ve aynı zamanda ülkenin maddi yaşam standartlarındaki gelişimin bir göstergesi olarak kullanılır.

Grafik 12: Kişi Başına Reel GSYİH

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_08_10/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_08

Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında 84.490 dolarla Lüksemburg en yüksek kişi başı reel GSYİH değerine sahip olan ülkedir. Lüksemburg'u sırası ile 70.870 dolarla Norveç, 70.530 dolarla İrlanda, 62.600 dolarla İsviçre izlemektedir. Türkiye'nin 2021 yılı kişi başı reel GSYİH değeri 12.800 dolardır. Türkiye'nin kişi başı reel GSYİH değeri birçok AB ülkesinin altında kalmaktadır.

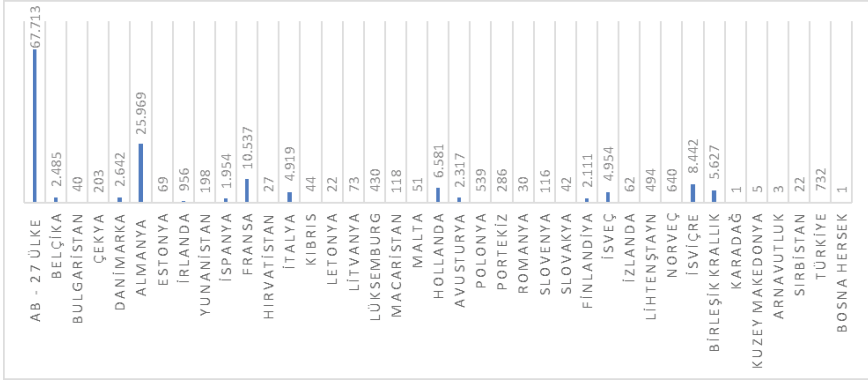
Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı

Teknolojik ilerleme, yeni iş imkanları yaratmak, enerji verimliliğini teşvik etmek, bilimsel araştırma ve inovasyona yatırım yapmak, sürdürülebilir kalkınmayı kolaylaştırmanın önemli yollarıdır ve ekonomik büyümenin itici güçleridir. Kovid-19 pandemisi dolayısıyla uzun süreli karantinalar ve seyahat yasaklarının bir sonucu olarak, dünya genelinde üretim ve tedarik zincirlerindeki önemli aksaklıklar, iş durmaları yaşandı. 2021 yılında imalat sanayinde önemli bir toparlanma oldu. Küresel imalat 2021 yılında %7,2 artış ile pandemi öncesi üretim seviyesini aştı. Ancak, bu toparlanma tüm ülkeler için aynı düzeyde gerçekleşmemiştir. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde toparlanma oldukça yavaş seyretmektedir. Bu durum küresel boyutta eşitsizliklerin artması anlamına gelmektedir (Industry, innovation and infrastructure, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin sanayi, yenilikçilik ve altyapı göstergesinde büyük zorlukların devam ettiği belirtilmesine rağmen sürecin başarılı bir gelişim içinde olduğu belirtilmektedir. (Sustainable Development Report 2022, s.21). Bu başlık altında grafik 13 ve 14'te patent başvuru verisi ve Ar-Ge harcamalarının GSYİH 'ya oranı değerlendirilmektedir.

Patent başvuru göstergesi, verilip verilmediğine bakılmaksızın Avrupa Patent Ofisi'ne (EPO) yapılan patent başvuru sayısını gösterir. Grafik 13'de yer alan patent başvuru sayıları 2021 yılına aittir. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında EPO'ya en çok başvuru yapan ülke 25.969 adet başvuruyla Almanya'yadır. 2021 yılında Türkiye'nin EPO'ya yapmış olduğu patent başvuru sayısı 732 adettir.

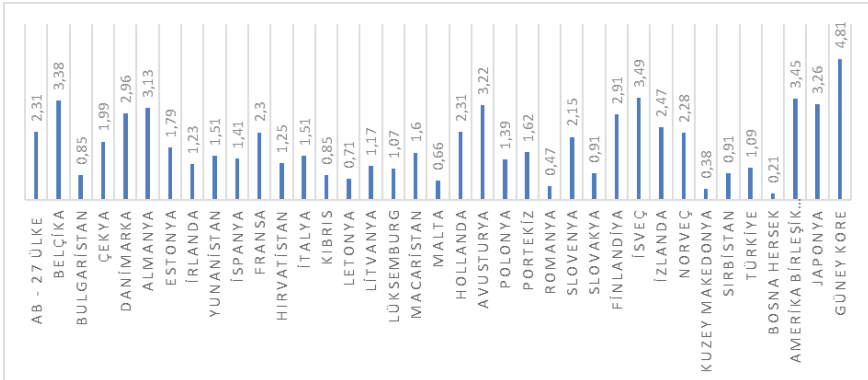
Grafik 13: Avrupa Patent Ofisine Yapılan Patent Başvuruları



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_09_40/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_09

Sanayi, yenilikçilik ve altyapı başlığı altında ikinci değerlendireceğimiz veri ülkelerin Ar-Ge harcamalarının GSYİH'ya oranıdır. Grafik 14'de Eurostat veri tabanından alınan ülkelere ait Ar-Ge Harcamalarının GSYİH oranı görülmektedir.

Grafik 14: Ar-Ge Harcamalarının GSYİH 'ya Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_09_10/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_09

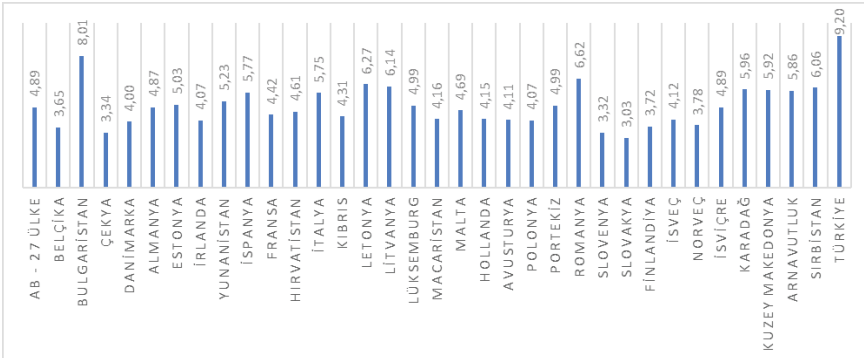
Grafik 14 değerlendirme kapsamındaki ülkelerde tüm sektörlerde yapılan Ar-Ge harcamalarının GSYİH'ya oranını göstermektedir. Gösterge, Ar-Ge harcamasını (GERD) gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) yüzdesi olarak ölçer. Ar-Ge çalışmaları insan, kültür ve toplum bilgisi de dahil olmak üzere bilgi birikimini artırmak ve bu bilgi birikiminin yeni uygulamalar tasarlamak için kullanılmasını sağlamak için sistematik bir temelde üstlenilen yaratıcı çalışmaları içerir (Frascati Manual, 2002, s. 63). Güney Kore 2020 yılında GSYİH'sının 4,81'ini Ar-Ge harcamaları için ayırmıştır. Türkiye için bu oran %1,09 olarak gerçekleşmiştir. Ar-Ge için yapılan harcamaların önemli düzeyde patent başvuru sayısını etkilemektedir. Bu durum Grafik 13 ve 14 birlikte değerlendirildiğinde daha net olarak görülebilmektedir.

Eşitsizliğin Azaltılması

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporunda Covid-19 pandemisinden önce gelir eşitsizliği dünya çapında azalma eğilimi içinde olduğu ama pandeminin bu durumu olumsuz etkilemiş olduğu vurgulanmaktadır. Buna ek olarak Rusya-Ukrayna savaşı, dünya çapında zaten rekor sayıda mülteciye yeni mültecilerin eklenmesine neden olmuştur. 2021'in ortalarına kadar savaş, çatışma, zulüm, insan hakları ihlalleri dolayısıyla ülkelerinden göç etmek zorunda kalan insanların sayısı 24,5 milyona ulaşmıştır (Reduce inequality, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin eşitsizliklerin azaltılması göstergesinde büyük zorlukların devam ettiği ve orta derecede ilerleme olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). SKH, eşitsizliğin azaltılması başlığı altında değerlendireceğimiz veri ülkelerin gelir dağılımı eşitsizliği verisidir. Aşağıda yer alan Grafik 15'te değerlendirme kapsamında yer alan ülkelere ait gelir dağılımı eşitsizliği verisi yer almaktadır.

Grafik 15: Gelir Dağılımı Eşitsizliği



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_10_41/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_10

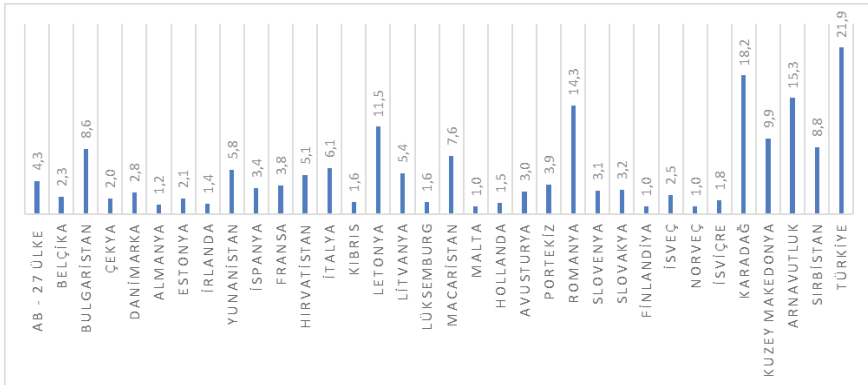
Gelir dağılımı eşitsizliği nüfusun en yüksek gelire sahip %20'sinin (en üst beşte birlik dilim) aldığı toplam gelirin, en düşük gelirli nüfusun %20'sinin (en alt beşte birlik dilim) aldığı toplam gelire oranı hesaplanarak bulunur. Grafik 15'te görüldüğü gibi değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında bu kritere göre en kötü sonuç %9,20 ile Türkiye'ye aittir. Türkiye'yi %8,01 ile Bulgaristan takip etmektedir.

Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporunda dünya nüfusunun yarısından fazlasının şehirlerde yaşadığı belirtilmektedir. Raporda belirtilen diğer bir bilgi dünya nüfusunun yaklaşık dörtte biri gecekonduarda veya kaçak yapılan yerleşim yerlerinde yaşadığıdır. Ayrıca dünyadaki kentsel nüfusun %99'u kirli hava solumakta olduğu ve bunun 2019 yılında 4,2 milyon erken ölüme neden olduğu vurgulanmaktadır. Raporda özellikle düşük ve orta gelirli ülkelerde imar planlarının düzenlenmesi, atık yönetimine yönelik altyapının geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Sustainable cities and communities, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin sürdürülebilir şehirler ve topluluklar başlığında önemli zorlukların devam ettiği bununla beraber orta derecede ilerleme olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Grafik 16'da Eurostat veri tabanından aldığımız değerlendirme kapsamındaki ülkelere ait barınma zorluğu veya yoksunluğu diye tanımlayabileceğimiz veriler görülmektedir.

Grafik 16: Barınma Zorluğu Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_11_11/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_11

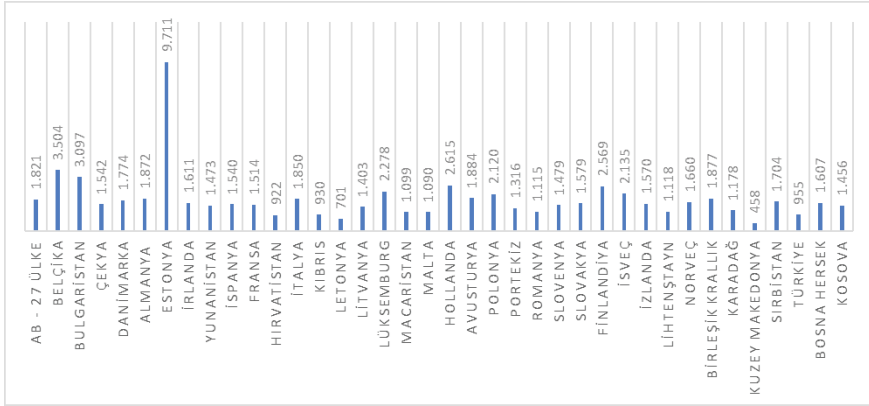
Barınma yoksunluğu veya zorluğu, barınma ihtiyacı ile ilişkili kötü şartların bir ölçüsüdür. Çatısı akan, banyosu/duşu, kapalı tuvaleti olmayan veya yaşamaya elverişli olmayacak düzeyde karanlık kabul edilen, sonuç olarak barınmak için uygun olmayan konutlarda yaşamak zorunda olan haneler değerlendirilerek hesaplanır. Barınma yoksunluğu oranı, yukarıda belirtilen olumsuzluklardan en az birini sergileyen ve aşırı kalabalık olduğu düşünülen konutta yaşayan nüfusun genel nüfusa yüzdesi olarak hesaplanmaktadır. Bu göstergeye göre değerlendirme kapsamında bulunan ülkeler arasında en olumsuz oran %21,9 ile Türkiye'ye aittir. Türkiye'nin arkasından %18,2 ile Karadağ ve %15,3 ile Arnavutluk gelmektedir. Bu başlık altında en iyi oran %1 düzeyiyle Finlandiya ve Norveç'e aittir.

Sorumlu Tüketim ve Üretim

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporunda belirtildiği gibi üretimde, enerji ve doğal kaynaklara giderek artan bağımlılık, Dünya'yı sürdürülemez bir noktaya getirmiştir. Bu durum iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı ve çevre kirliliği gibi olumsuzluklara neden olmaktadır. Raporda hükümetlerin ve vatandaşların, bu olumsuzlukları azaltmak ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için birlikte çalışması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu anlamda, işletmeleri ve tüketicileri geri dönüştürmeye ve atıkları azaltmaya teşvik etmek, gelişmekte olan ülkeleri 2030 yılına kadar daha sürdürülebilir tüketim kalıplarına doğru ilerlemesini desteklemek kadar önemlidir (Responsible consumption and production, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin sorumlu tüketim ve üretim başlığında büyük zorlukların devam ettiği ama sevindirici olan bu başlık altında olumlu gelişmelerin var olduğu belirtilmektedir. (Sustainable Development Report 2022, s.21). Aşağıda yer alan Grafik 17'de Eurostat veri tabanından almış olduğumuz büyük mineral atıklar hariç atık üretim verisi görülmektedir.

Gösterge, madencilik ve inşaat sektörü hariç bir ülkede meydana gelen tüm atıkları kapsar. Madencilik ve inşaat sektörlerinde atık oluşumundaki güçlü dalgalanmalar ve bunların sınırlı veri kalitesi ve karşılaştırılabilirliği nedeniyle, büyük mineral atıklar, maden atığı ve inşaat atıkları kategori dışı tutulmuştur. Bu uygulama atık üretimi anlamında ülkeler arasında karşılaştırılabilirliği arttırmaktadır.

Grafik 17: Büyük Mineral Atıklar Hariç Atık Üretimi

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_12_50/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_12

Grafik 17’de görülmekte olan değerlerin birimi kişi başı kilogramdır. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında en çok atık üreten ülke yılda 9 kilo 711gram ile Estonya’dır. Estonya’nın ardından yıllık 3 kilo 504 gram ile Belçika ve 3 kilo 097 gramla Bulgaristan gelmektedir. Türkiye’de büyük mineral atıklar hariç yılda kişi başı sadece 955 gram atık üretilmektedir. Ülkemizde T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve birçok paydaş ile koordineli yürütülmekte olan sıfır atık projesi² oldukça başarılı şekilde devam etmektedir. Yakın zamanda sıfır atık projesinin dünyaya yaygınlaştırılması için Birleşmiş Milletler ile iyi niyet beyannamesi imzalanmıştır.

İklim Eylemi

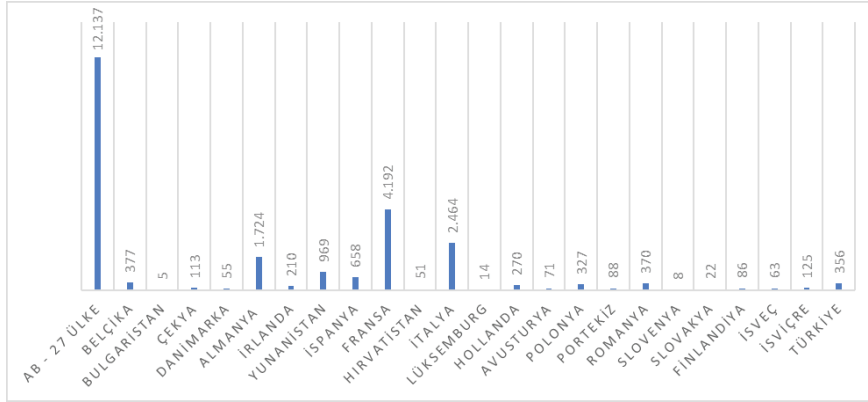
Dünya bir iklim felaketinin eşiğinde ve bunu önleme ihtimali gün geçtikçe azalmaktadır. Örneğin küresel ısınmayı 1,5 Santigrat derece ile sınırlandırabilmek için, küresel sera gazı emisyonunu 2030 yılına kadar %43 oranında azaltmak gerekiyor. Maalesef mevcut küresel net sıfır emisyon taahhütlerine göre emisyonların önümüzdeki on yılda hala yaklaşık %14 oranında artması bekleniyor. Bu nedenle Paris Anlaşması’nda kararlaştırılan yükümlülükleri yerine getirmek için acil eyleme geçmeye ihtiyaç vardır (Climate action, 2022).

SKH 2022 raporunda, iklim eylemi başlığında Türkiye’de büyük zorlukların devam ettiği ve maalesef gelişim anlamında durgun bir sürecin olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). İk-

2 Türkiye’nin iklim değişikliği ile mücadele ve sürdürülebilir kalkınma planları kapsamında sunduğu “sıfır atık” kararı BM Genel Kurulunda kabul edildi. Genel Kurul, bu kararla 30 Mart’ı Uluslararası Sıfır Atık Günü ilan etti. Sıfır atık projesi ile ilgili detaylı bilgiye <https://sifiratik.gov.tr/> adresinden ulaşılabilir.

lim eylemi başlık altında değerlendireceğimiz veri aşağıda yer alan Grafik 18’de görülmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında oldukça önem arz eden bu gösterge, hava ve iklimle ilgili olaylardan kaynaklanan ekonomik kayıpları ölçer. Ölçü birimi yıllık milyon Euro’dur. Gösterge, Risklayer’in CATDAT verilerine dayanmaktadır. Risklayer, özellikle doğal afetlerin neden ve sonuçlarının değerlendirilerek bilgi üreten ve oluşabilecek risklerin değerlendirilmesinde uzmanlaşmış bağımsız bir araştırma kuruluşudur. Merkezi Almanya, Karlsruhe şehrinde bulunmaktadır.

Grafik 18: Hava ve İklimle İlgili Olaylardan Kaynaklanan Ekonomik Kayıplar



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_13_40/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_13

Grafik 18’de değerlendirme kapsamında yer alan ülkelere ait 2020 yılı hava ve iklimle ilgili olaylardan kaynaklanan ekonomik kayıpları gösteren veriler görülmektedir. AB ülkeleri arasında yıllık bazda iklimle ilgili en çok ekonomik kayıp yaşayan ülke 4 milyar 192 milyon Euro ile Fransa’dır. Fransa’yı 2 milyar 464 milyon Euro ile İtalya takip etmektedir. Türkiye’nin yıllık kaybı 356 milyon Euro verilmektedir.

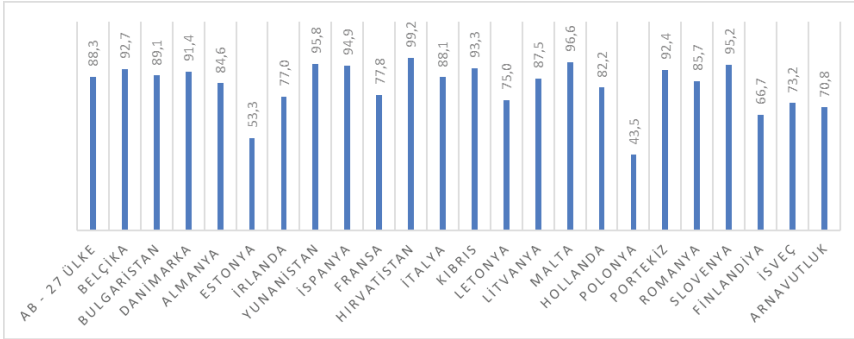
Sudaki Yaşam

Günümüzde devam eden okyanus asitlenmesi ve küresel ısınmadan kaynaklı yükselen deniz sıcaklıkları deniz ekosistemlerini tehdit etmektedir. SKH 2022 raporunda 2009 ve 2018 yılları arasında canlı türünün devamı adına çok önemli olan biyolojik çeşitliliği sağlayan mercan resiflerinin yaklaşık %14’ünü yok olduğu belirtilmektedir. Yine raporda 2021 yılında okyanuslara, 17 milyon metrik tondan fazla plastik atık girdiği ve bunların her geçen gün okyanuslardaki yaşamını tehdit ettiği belirtilmektedir (Life below water, 2022). SKH 2022 raporunda, sudaki yaşam başlığı altında Türkiye’de büyük zorlukların devam ettiği ayrıca ilerleme

anlamında durgun bir sürecin olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21).

Sudaki yaşam göstergesi ile ilgili olarak değerlendireceğimiz veri AB, yüzme suyu direktifi (BWD)³ doğrultusunda hazırlanmıştır. Belirtilen direktif doğrultusunda AB ülkelerinin tüm iç ve deniz yüzme sularının kalitesini kirlilik seviyelerine bağlı olarak ‘zayıf’, ‘yeterli’, ‘iyi’ veya ‘mükemmel’ kategorilerinde değerlendirilmektedir. Veri seti “Mükemmel” su kalitesine sahip yıkanma alanlarının (yıkanılabilir veya yüzülebilir alanlarının) değerlendirme kapsamındaki toplam alana olan yüzdesini vermektedir. Bu başlık altında değerlendirilecek ilk veri seti Eurostat veri tabanından alınan ve Grafik 19’da görülen “mükemmel” su kalitesine sahip okyanus veya deniz kıyılarının oranını gösteren veri setidir. Yüzme suyu kalitesi, mikrobiyolojik parametreler (bağırsak enterokokları ve Escherichia coli) standartlarına göre değerlendirilir. Grafikte görüldüğü gibi AB ülkeleri arasında en temiz okyanus veya deniz kıyılarına sahip ülke Hırvatistan’dır. Bu göstergede en olumsuz tablo %43,5 oranı ile Polonya’ya aittir. Eurostat veri tabanında sudaki yaşam başlığı altında Türkiye’ye ait veri bulunmamaktadır.

Grafik 19: Mükemmel Su Kalitesine Sahip Okyanus veya Deniz Kıyılarının Oranı

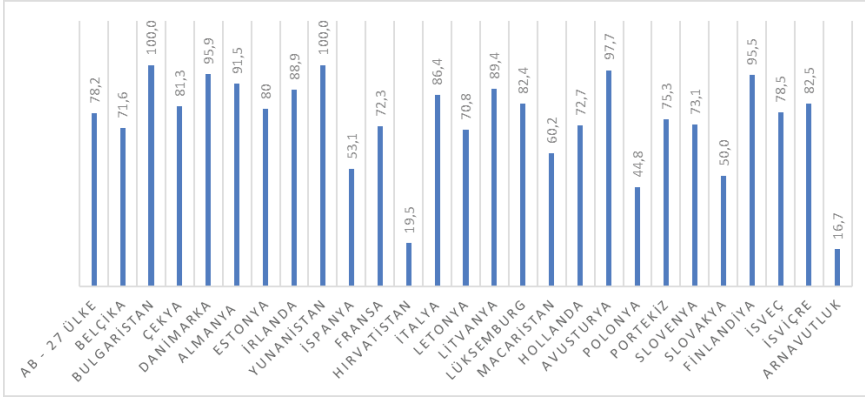


Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_14_40/default/table?lang=en

Bu başlık altında değerlendirilecek ikinci veri seti Grafik 20’de görülen “mükemmel” su kalitesine sahip iç kesimlerde bulunan yüzme/yıkanma alanlarının oranını gösteren veri setidir.

3 AB Yüzme Suyu Direktifi (76/160/EEC) Avrupa’daki en eski çevre direktiflerindedir. 2006 yılında güncellenmiş ve Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi 2006/7/EC şeklinde 04.03.2006 tarihli AB resmî gazetesinde yayınlanmıştır. Direktif doğrultusunda AB ülkeleri ve aday ülkeleri kıyı ve karasal yüzme suyu alanlarında suyun kalitesini sürekli olarak izlenmektedir.

Grafik 20: Mükemmel Su Kalitesine Sahip İç Kesimlerde Bulunan Yüzme/Yıkanma Alanlarının Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_14_40/default/table?lang=en

Grafik 20, mükemmel su kalitesine sahip iç kesimlerde bulunan yüzme/yıkanma alanlarının bu alanların toplamına oranını göstermektedir. Yüzme suyu kalitesi, mikrobiyolojik parametreler (bağırsak enterokokları ve Escherichia coli) standartlarına göre değerlendirilir. Grafikte görüldüğü gibi AB ülkeleri arasında en temiz iç su kaynaklarına sahip ülke %100'lük bir başarı ile Bulgaristan'dır. Bu göstergede en olumsuz tablo %16,7 oranı ile Arnavutluk'a aittir. Eurostat veri tabanında sudaki yaşam başlığı altında Türkiye'ye ait veri bulunmamaktadır.

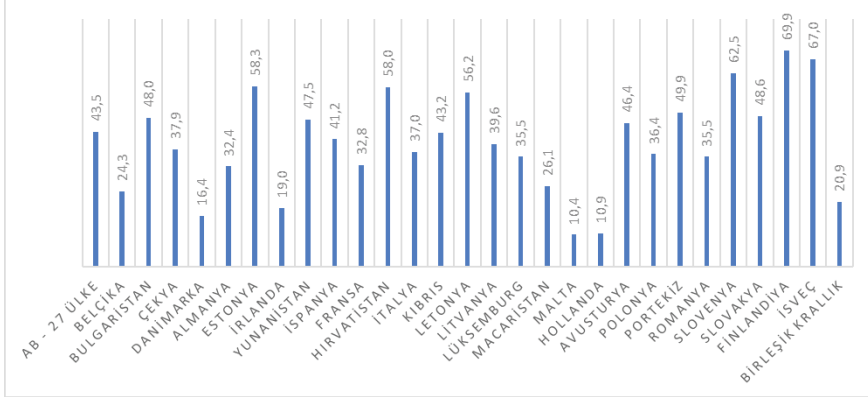
Karasal Yaşam

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporuna göre, her yıl 10 milyon hektar orman yok olurken, önemli biyoçeşitlilik alanlarının yarısından fazlası korumasız kalmakta ve yaklaşık 40.000 tür önümüzdeki on yıllarda yok olma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Ayrıca raporda Kovid-19 pandemi döneminde biyolojik çeşitlilik çalışmalarının büyük ölçüde ihmal edilmiş olduğu belirtilmektedir (World Economic Forum, 2022). Dünyanın orman alanı her geçen gün azalmaya devam etmektedir. Küresel ölçekte ormanların oranı 2000 yılında %31,9 iken 2020 yılında %31,2'ye düşmüştür. Bu durum yaklaşık 100 milyon hektarlık net orman alanının yok olması anlamına gelmektedir (Life on land, 2022).

SKH 2022 raporunda, karasal yaşam başlığında Türkiye'de büyük zorlukların devam ettiği ve ilerleme anlamında durgun bir sürecin olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Bu başlık altında değerlendirilecek veri seti Eurostat veri tabanından alınan ve Grafik 21'de görülen ormanların ve diğer ağaçlık alanların toplam yüzöl-

çümüne oranı verisidir. Bu başlık altında Eurostat veri tabanında en son 2018 yılına ait veri bulunmaktadır. Gösterge, toplam arazi alanına kıyasla orman ekosistemlerinin oranını vermektedir. Bu gösterge için kullanılan veriler “Arazi Kullanımı ve Örtü Alanı Çerçeve Araştırmasından” (LUCAS) elde edilmiştir.

Grafik 21: Ormanların ve Diğer Ağaçlık Alanların Toplam Yüzölçümüne Oranı



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_15_10/default/table?lang=en

Yukarıda yer alan Grafik 21’de hem orman hem de diğer ağaçlık arazilerin ülkenin toplam yüzölçümüne oranı görülmektedir. Grafikte görüldüğü gibi Finlandiya’da orman ve diğer ağaçlı arazilerin toplamı, ülkenin toplam yüzölçümünün %69,9’una tekabül etmektedir. Finlandiya’dan sonra en yüksek oran %67 ile İsveç’e aittir. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında en düşük orman arazisi %10,4 ile Malta’dadır. Eurostat veri tabanında sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden karasal yaşam başlığı altında Türkiye’ye ait veri bulunmamaktadır.

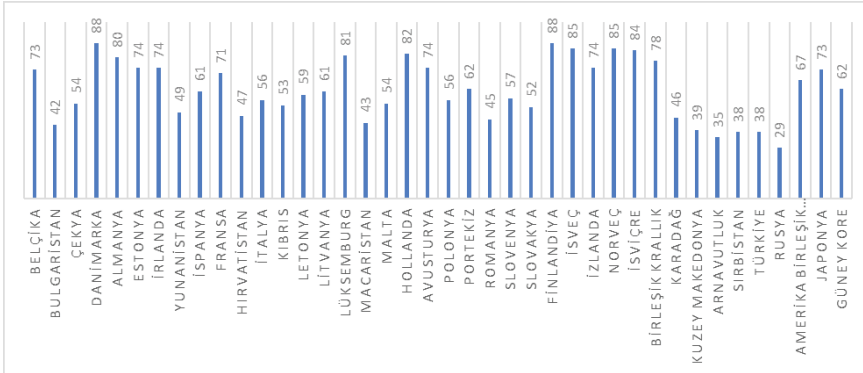
Bariş, Adalet ve Güçlü Kurumlar

BM, silahlı çatışmaların sona erdirilmesi, kurumların güçlendirilmesi ve insan hakları yasalarının çıkarılmasının, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin tümü için ön koşul olduğunu belirtmektedir. BM, verilerine göre 2021 yılında en şiddetli çatışmaların yaşandığı 12 bölgede kayıtlara geçen en az 13.842 ölüm vakası gerçekleşmiştir. BM bu bölgelerde ölenlerin 11.750’sinin sivil ve her 8 kişiden 1’inin kadın veya çocuk olduğunu belirtmektedir. Bu rakamlar korkunç derecede yüksek olsa da çatışmalara bağlı sivil ölümlerin sayısı 2020 yılı ile kıyaslandığında %17 oranında düşüş göstermiştir. 2021 yılında 35 ülkede insan hakları aktivistlerine, gazetecilere ve sendikacılara karşı 320 adet ölümcül saldırı gerçekleşmiştir.

2021 verilerine göre, dünya çapında zorla yerinden edilenlerin tahminen %41'i çocuklardan oluşmaktadır. Mayıs 2022'de çatışmalardan, şiddetten, insan hakları ihlallerinden ve zulümden kaçmak zorunda kalan insan sayısının 100 milyonu aştığı düşünülmektedir. Özellikle çocukların, yaşanan çatışmalardan dolayı maruz kaldıkları fiziksel ve cinsel şiddet, karşılanmayan temel ihtiyaçlar, eğitime erişim eksikliği ve travmanın yol açtığı geniş kapsamlı ruh sağlığı sorunları nedeniyle yaşamları ve gelişimleri ölçülemez ölçüde zarar görmüş ve sekteye uğramıştır. Yalnızca Ukrayna'da çocuklara yönelik şiddet olaylarının on binlerle ifade edilecek düzeye ulaşmış olduğu tahmin edilmektedir (Peace, Justice and strong institution, 2022).

SKH 2022 raporunda Türkiye'de; barış, adalet ve güçlü kurumlar başlığında büyük zorlukların devam ettiği ve ilerleme anlamında durgun bir sürecin var olduğu belirtilmektedir (Sustainable Development Report 2022, s.21). Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri göstergelerinden barış, adalet ve güçlü kurumlar hedefi altında değerlendireceğimiz gösterge Grafik 22'de görülen yolsuzluk algı endeksidir.

Grafik 22: Yolsuzluk Algı Endeksi



Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_16_50/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_16

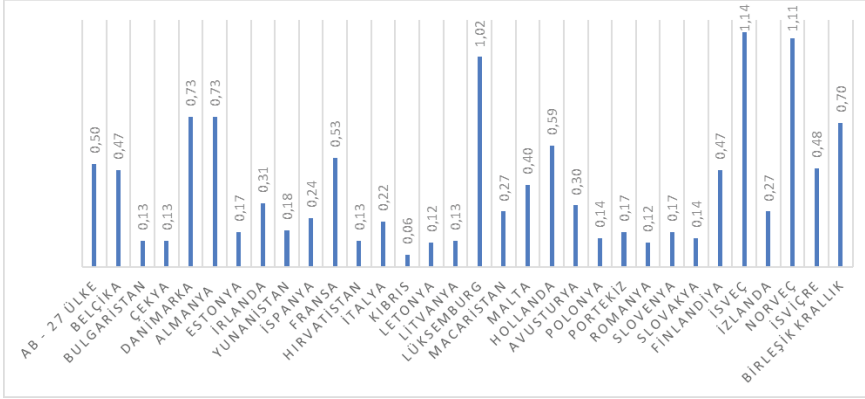
Grafik 22'te ülkelere ait 2021 yılı yolsuzluk algı endeksi sonuçları görülmektedir. Gösterge, 13 farklı kaynaktan yapılan yolsuzluk anketleri ve değerlendirmelerinin bir kombinasyonuna dayanan bileşik bir endekstir ve bir ülkenin kamu sektörünün ne kadar yozlaşmış olarak algılandığına bağlı olarak ülkeleri derecelendirir ve sıralar. 0 puanı en yüksek yolsuzluk oranını temsil eder. 100 puan ise en düşük yolsuzluk oranını ifade eder. Yolsuzluk algı endeksine göre en çok yolsuzluk algısının olduğu ülke 29 endeks değeriyle Rusya'dır. Türkiye'nin yolsuzluk algı endeksi değeri 38 puandır. Yolsuzluk algı endeksinde en iyi iki ülke 88 puanla Danimarka ve Finlandiya'dır.

Amaçlar/Hedefler İçin Ortaklıklar

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporunda Kovid-19 pandemisinin yaratmış olduğu özellikle ekonomik olmak üzere tüm olumsuzluklardan kısa zamanda kurtulmak ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine odaklanabilmek için uluslararası finansal sistemde ve borç yapılanmasında önemli değişikliklerin yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Son dönemde küresel boyutta yaşanan rekor enflasyon oranları, yükselen faiz oranları ve artan borç yükü birçok gelişmekte olan ülkeyi ekonomik kalkınma sürecinde oldukça zorlanmaktadır. Gelişmekte olan birçok ülke, rekor düzeydeki Resmi Kalkınma Yardımına⁴ (ODA) rağmen pandeminin olumsuzluklarından kurtulmak için halen mücadele etmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 raporunda dünyanın, sosyal, sağlık, çevresel, barış ve güvenlik spektrumlarında çok sayıda krizle karşı karşıya olduğu belirtilmektedir. Belirtilen sorunlara kalıcı çözümler bulmak için acilen uluslararası iş birliğinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu kapsamda 2021 yılında, Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) Kalkınma Yardımı Komitesi (DAC) üye ülkeleri tarafından yapılan net resmi kalkınma yardımı akışları, 2020'ye göre reel olarak %3,3 artışla 177,6 milyar dolara ulaşmıştır (Partnership for the goals, 2022).

SKH 2022 raporunda, Türkiye'de amaçlar/hedefler için ortaklıklar hedefinde önemli zorlukların devam etmesine rağmen olumlu gelişmelerin olduğu vurgulanmaktadır (Sustainable Development Report 2022, s.21). Resmi kalkınma yardımı, ülkelerde ekonomik kalkınmayı ve refahı desteklemek amacıyla resmi kurumlarca yapılan hibe veya kredilerden oluşur. Grafik 23'te değerlendirme kapsamındaki ülkelerin yapmış oldukları resmi kalkınma yardımlarının, Gayri Safi Milli Hasıllarına oranı verilmektedir. Resmi kalkınma yardımı almaya uygun ülke ve bölgelerin listesi OECD, Kalkınma Yardımı Komitesi tarafından belirlenir.

4 Resmi kalkınma yardımı (Official Development Assistance-ODA), OECD Kalkınma Yardımı Komitesi (Development Assistance Committee-DAC) tarafından ülkelerin yapmış olduğu yardım miktarını ölçmek amacıyla kullanılan bir terimdir. İlk kez 1969 yılında kullanılmış olup yaygın olarak uluslararası yardım akışının bir göstergesi olarak kullanılmakta ve bazı kredileri kapsamaktadır.

Grafik 23: Resmi Kalkınma Yardımı/GSMH

Kaynak: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_17_10/default/table?lang=en

Grafik 23'te görüldüğü gibi İsveç'in resmi kalkınma yardımı olarak ayırdığı kaynak kendi GSMH'sının %1,14'üne tekabül etmektedir. Bu oran Norveç için %1,11 ve Lüksemburg için %1.02 düzeyindedir. Değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında en az resmi kalkınma yardımı sağlayan ülke %0,06 ile Kıbrıs'tır. Resmi Kalkınma Yardımı/GSMH verisini almış olduğumuz Eurostat veri tabanında bu başlık altında Türkiye için veri yoktur.

Bu konuda TİKA'nın hazırlamış olduğu rapordan veri alınmıştır. Türkiye 2020 yılında 8.3 milyar dolar resmi kalkınma yardımı yapılmıştır. 2020 yılında resmi kalkınma yardımlarının GSMH'ya oranı %1,14 olarak gerçekleşmiştir (TİKA, Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu 2020, s:151).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez, 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'na hazırlanan Brundtland Raporu'nda "Bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma" olarak tanımlanmıştır (Sürdürülebilir Kalkınma, 2022). Tam bu bakış açısıyla günümüzde gelecek nesiller için acil önlem planlarının hayata geçirilmesi geciktirilemez bir gerçeklik haline gelmiştir. Bu anlamda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı çerçevesinde belirlenen sürdürülebilir kalkınma hedefleri önem arz etmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Raporu 2022, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi hedeflerinin değerlendirildiği son rapordur. Raporda hemen hemen her başlık altında Covid-19 pandemisi ve Rusya-Ukrayna savaşının yaratmış olduğu olumsuzluklar vurgulanmak-

tadır. Raporda 2019 yılına kadar olan kazanımların pandemi ve dünyanın değişik bölgelerinde yaşanmakta olan çatışmaların ve özellikle de Rusya-Ukrayna savaşının etkisiyle önemli kayıplara uğramış olduğu belirtilmektedir.

SKH'leri 17 ana başlıkta 169 alt göstergeden oluşmaktadır. SKH değerlendirilmesine katılan 163 ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler kendi içinde genel puanlarına göre sıralanır. Türkiye'nin 2022 yılı için 100 üzerinden 70,41 puanla 163 ülke arasında 71. sırada yer almıştır. Çalışmada 17 başlık altında Eurostat veri tabanından alınan seçilmiş alt göstergeler değerlendirilerek Türkiye'nin başarılı ve başarısız olduğu SKH'leri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

SKH'leri göstergelerinden dikkat çeken ilk veri yoksulluk sınırı altında yaşayan nüfusun genel nüfusa oranıdır. Bu göstergeye göre Türkiye'deki nüfusun %34,1 yoksulluk sınırı altında yaşamaktadır. Türkiye değerlendirme kapsamındaki 34 ülke arasında Arnavutluk, Karadağ, Romanya'dan sonra sondan dördüncü sırada yer almaktadır. SKH'lerinden, kritik öneme sahip ikinci gösterge nitelikli eğitim başlığı altında yer alan eğitim ve öğretimden erken ayrılanların toplam nüfusa oranıdır. Türkiye bu kriterde Eurostat'tan alınan veri doğrultusunda, değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında en olumsuz orana sahip olan ülke konumundadır. Türkiye'de verinin toplandığı araştırmadan önceki dört hafta boyunca herhangi bir eğitim veya öğretim faaliyetine katılmayan, 18 ila 24 yaş arasındaki bireylerin toplam nüfusa oranı %26,7 olarak görülmektedir. Ülkemiz adına dikkat edilmesi gereken diğer bir başlık cinsiyet eşitsizliğidir. Bu başlık altında yer alan göstergelerden biri kadın, erkek istihdamı arasındaki farktır. Türkiye'de kadın, erkek istihdamı arasındaki fark %38,1 seviyesinde olup AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında yüksek bir orana sahiptir.

SKH 2022 raporunda ülkemiz adına dikkate alınması gereken diğer bir gösterge insana yakışır iş ve ekonomik büyüme başlığı altında yer alan yoksulluk sınırı altında çalışan işgücü verisidir. Eurostat veri tabanından alınan veriye göre bu başlık altında en kötü oran %14,9 ile Romanya'ya aittir. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında Romanya'dan sonra en kötü oran %12,9 ile Türkiye'ye aittir. Ülkemiz adına olumsuz olarak görülen diğer bir SKH verisi gelir dağılımı eşitsizliğidir. Eurostat veri tabanından alınan bu veri nüfusun en yüksek gelire sahip %20'sinin aldığı toplam gelirin, en düşük gelirli nüfusun %20'sinin aldığı toplam gelire oranı olarak hesaplanır. Değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında bu kritere göre en kötü sonuç %9,20 ile Türkiye'ye aittir. Türkiye'yi %8,01 ile Bulgaristan takip etmektedir. SKH'leri arasında barış, adalet ve güçlü kurumlar hedefi altında değerlendirilen diğer bir gösterge yolsuzluk algı endeksidir. Endeks 13 farklı kaynaktan alınan yolsuzluk anketleri

ve değerlendirmelerinin bir kombinasyonuna dayalı bileşik bir endeks- tir. Eurostat veri tabanından alınan veriler doğrultusunda değerlendirme kapsamında yer alan ülkeler arasında en çok yolsuzluk algısının olduğu ülke 29 endeks değeriyle Rusya'dır. Rusya'nın arkasından 38 endeks değeriyle Sırbistan ve Türkiye gelmektedir. Yolsuzluk algı endeksinde en iyi iki ülke 88 puanla Danimarka ve Finlandiya'dır. Eurostat veri tabanında alınan diğer bir veri barınma yoksunluğu veya zorluğu verisidir. Barınma yoksunluğu veya zorluğu, barınma ihtiyacı ile ilişkili kötü şartların bir ölçüsüdür. Bu göstergeye göre değerlendirme kapsamında bulunan ülkeler arasında en olumsuz oran %21,9 ile Türkiye'ye aittir. Türkiye'nin arkasından %18,2 ile Karadağ ve %15,3 ile Arnavutluk gelmektedir. Bu başlık altında en iyi oran %1 ile Finlandiya ve Norveç'e aittir.

Bununla beraber sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında ülkemize ait olumlu gelişmelerin olduğu göstergeler bulunmaktadır. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 Raporunda "Yoksulluğa son", "Sağlık ve kaliteli yaşam", "Sanayi, yenilikçilik ve altyapı", "Sorumlu tüketim ve üretim" ve "Amaçlar/hedefler için ortaklıklar" başlıklarında olumlu gelişmelerin olduğu belirtilmektedir. SKH'leri arasında ülkemizin başarılı olduğu hedeflerden biri sağlık ve kaliteli yaşam başlığıdır. Bu başlık altında yapılan ankette sağlıklarını "iyi" ve "çok iyi" tanımlayanların oranı değerlendirilmektedir. Türkiye'de bu ankete katılanlardan %68,8'i sağlığını "iyi" ve "çok iyi" olarak tanımlamıştır. SKH 2022 raporunda, Türkiye'nin başarılı olduğu diğer başlık sorumlu tüketim ve üretimdir. Bu başlık altında değerlendirilen veri büyük mineral atıklar hariç atık üretim verisidir ve Eurostat veri tabanından alınmıştır. Birimi kişi başı kilogramdır. Değerlendirme kapsamındaki ülkeler arasında en çok atık üreten ülke yılda 9 kilo 711gram ile Estonya'dır. Türkiye'de büyük mineral atıklar hariç yılda kişi başı sadece 955 gram atık üretilmektedir. Bu gösterge ile ilişkili olarak ülkemizde T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve birçok paydaş ile koordineli yürütülmekte olan sıfır atık projesi oldukça başarılı şekilde devam etmektedir. Yakın zamanda sıfır atık projesinin dünyaya yaygınlaştırılması için Birleşmiş Milletler ile iyi niyet beyannamesi imzalanmıştır.

Diğer bir olumlu SKH göstergesi temiz su ve sanitasyon başlığı altında yer alan sanitasyonla ilgili göstergedir. Bu gösterge yoksulluk nedeni ile evinde banyo, duş veya sifonlu tuvalet bulunmayan bireylerin toplam nüfusa oranını göstermektedir. Bu gösterge açısından Türkiye'nin evinde banyo, duş veya sifonlu tuvalet bulunmayan bireylerin genel nüfusa oranı %0,9 düzeyindedir. Bu oran değerlendirme kapsamında yer alan birçok ülkeye göre başarılı bir sonuçtur. Ayrıca Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı verilerine göre Türkiye 2020 yılında 8.3 milyar dolar resmi kalkınma yardımı yapılmıştır. 2020 yılında resmi kalkınma yardımlarının GSMH'ya oranı %1,14 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran Eurostat

veri tabanından aldığımız verilere göre en çok yardım yapan İsveç, Norveç gibi ülkeler düzeyindedir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2022 Raporunun değerlendirilmesinden elde edilen temel sonuç Türkiye’ye ait geliştirilmesi gereken göstergelerin ülkemize ait yapısal sorunlardan kaynaklandığıdır. Bunlar arasında ekonomik kalkınma ile ilişkili yoksulluk, düşük ücret seviyesi, cinsiyet eşitsizliği, eğitim ve öğretimden erken ayrılma, yolsuzluk algısı, gelir dağılımı eşitsizliği, barınma zorluğu gibi sosyoekonomik problemler bulunmaktadır. Bu sorunların çözümüne yönelik olarak uzun vadeli ve istikrarlı politikaların hayata geçirilmesi gereklidir.

KAYNAKLAR

- Affordable and Clean Energy. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-07/>
- Clean Water and Sanitation (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-06/>
- Climate Action. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-13/>
- Decent Work and Economic Growth. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-08/>
- Eurostat. Sustainable Development Indicators (2022). <https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/database>
- Frascati Manual. (2002). Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development. OECD Publications Service.
- Gender Equality. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-05/>
- Good Health and Well-being. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-03/>
- Industry, Innovation and Infrastructure. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-09/>
- Life Below Water. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-14/>
- Life on Land. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-15/>
- No Poverty. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-01/>
- Peace, Justice and Strong Institution. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-16/>
- Partnership for the Goals. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-17/>
- Reduce Inequality. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-10/>
- Responsible Consumption and Production. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-12/>
- Sustainable Development Report 2022.(2022). <https://www.sdindex.org/reports/sustainable-development-report-2022/>
- Sustainable Cities and Communities. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-11/>
- Sürdürülebilir Kalkınma. (2022). <https://www.mfa.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma.tr.mfa>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/03/Surdurulebilir-Kalkinma-Amaclari-Değerlendirme-Raporu_13_12_2019-WEB.pdf

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA), Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu 2020. https://www.tika.gov.tr/upload/sayfa/Pictures/Turkiye%20Kalk%C4%B1nma%20Yard%C4%B1mlar%C4%B1%202020_tr.pdf

Quality Education. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-04/>

Zero Hunger. (2022). <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022/goal-02/>

World Economic Forum. (2022). <https://www.weforum.org/agenda/2022/09/un-sustainable-development-goals-progress-report>

“

Bölüm 14

**TÜRKİYE’NİN YEŞİL BÜYÜME
ENDEKSİNDEKİ PERFORMANSININ
İNCELENMESİ: OECD ÜLKELERİ İLE
KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ**

Mustafa ZUHAL¹

Serkan CANTÜRK²

”

1 Arş. Gör. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, mzuhal@gumushane.edu.tr, ORCID:0000-0002-4645-4628.

2 Dr. Öğretim Üyesi, İstinye Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, serkan.canturk@istinye.edu.tr, ORCID:0000-0002-7283-7227.

1. GİRİŞ

Ekonomik krizlerden çıkabilmek için mali piyasaların serbestleştirilmesi ve yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi önemli kârların elde edilmesini sağlamıştır. Ancak finansal piyasaların durumu, çeşitli çevresel ve sosyal krizlerle birlikte, ekonomik büyümeye yönelik eleştirilerin yeniden canlanmasına neden olmuştur. Farklı bir ekonomik paradigma çağrıları yoğunlaşmakta ve yeni refah modellerine ve alternatif yaşam tarzlarına duyulan ihtiyaç sürekli olarak vurgulanmaktadır. Ülkelerin üretim ve tüketim kalıplarının temeline yönelik eleştiriler artmakta ve alternatif arayışlar gündeme gelmektedir (Unmüßig ve diğerleri, 2012: 24).

Sürdürülebilir ekonomik büyüme, ülkelerin temel hedefleri arasında yer almaktadır. Ancak mevcut geleneksel ekonomik büyüme modelleri, sürdürülebilirlik temelinde sorgulanmaktadır. Çünkü ekonomik büyüme hedefleri gerçekleştirilirken doğal sermayenin tüketilmesi ve yok edilmesi, sürdürülebilir ekonomik büyüme için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu nedenle yeşilin ve büyümenin birlikte hareket etmesi zorunluluk olarak gözükmektedir (OECD, 2011b: 9). Diğer ifade ile yeşil büyümeyi tanımlamak gerekirse ekonomik büyüme ve kalkınmanın gerçekleştirilirken çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmek suretiyle kaynakların verimli ve etkin bir şekilde kullanılması şeklinde ifade edilmektedir.

Mevcut düzen içerisinde Neoklasik ekonomi politikalarının çevre üzerindeki olumsuz etkileri fiyat mekanizması çerçevesinde ele alınmakta ve doğal sermaye değerinin düşük olmasından dolayı kaynakların verimsiz kullanıldığını ileri sürmektedir (Borel-Saladi ve Turok, 2013: 212). Ayrıca Neoklasik yaklaşımda üretim faktörleri olarak emek ve sermaye ön plana çıkarılmakta ve toprak diğer bir ifade ile doğal sermaye göz ardı edilmektedir. Aynı zamanda bu üretim faktörleri arasında tam ikamenin söz konusu olduğu varsayılmaktadır (Ekins ve diğerleri, 2003: 166-168). Ancak Neoklasik yaklaşımın gerçeğe uygun olmayan varsayımlarının aksine Ekolojik iktisat doğal sermayenin korunmasına ve ekonomik büyümeye olan katkısına odaklanmaktadır (Ekins ve diğerleri, 2003: 166-168). Neoklasik büyüme politikalarının sorgulanması ve yeşil büyüme yaklaşımlarının önem kazanması neticesinde ülkelerin yeşil büyüme konusundaki ilerlemelerini ölçmek ve karşılaştırabilmek için çeşitli göstergeler ve endeksler geliştirilmektedir. Bu göstergeler ve endeksler arasında OECD Yeşil Büyüme Göstergeleri ve Küresel Yeşil Büyüme Enstitüsü tarafından geliştirilen Yeşil Büyüme Endeksi öne çıkmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye'nin yeşil büyüme sürecindeki performansı yeşil büyüme endeksi parametreleri kapsamında OECD ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Yeşil

Büyüme Endeksi'nin dört ana kategorisi 2020 yılı endeks puanları bağlamında OECD ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak tartışılmaktadır. Aynı zamanda dört ana kategorisi içerisinde yer alan alt göstergeler bağlamında 2010-2020 döneminde Türkiye'nin yeşil büyüme performansı incelenmektedir.

Çalışmada giriş bölümünden sonra yeşil büyümeye yönelik kavramsal ve kuramsal yaklaşıma yer verilmektedir. Aynı zamanda üçüncü bölümde yeşil büyüme endeksi tanıtıldıktan sonra dördüncü bölümde Türkiye'nin yeşil büyüme endeksindeki performansı incelenmektedir. Beşinci bölümde Türkiye'de yeşil büyümeye yönelik çıkarımlar ve politika önerileri yapılmakta ve altıncı bölümde sonuç ve değerlendirme yer almaktadır.

2. Yeşil Büyümeye Yönelik Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşım

Sanayi devrimi ile başlayan hızlı sanayileşme ve büyüme süreçleri çevre üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Aynı zamanda yaşanan küresel krizler ve bu krizlerden çıkış yollarının çevresel bozulmayı derinleştirdiği görülmektedir. Çevresel bozulmanın doğal bir sonucu olarak hava kirliliği, su kirliliği, biyolojik çeşitliliğin azalması ve iklim değişikliği gibi ulusal ve küresel sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Ekonomik sorunlarla uğraşırken geleceğe güvenle bakılabilmesi için yeşil stratejilerin geliştirilmesi yaklaşımı ön plana çıkmaktadır. Yeşil büyüme, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı teşvik edebilmek için kaynakların ve çevresel hizmetlerin kullanımında doğal varlıkların sürdürülebilir olması şeklinde tanımlanmaktadır (OECD, 2011a: 9; OECD, 2011b:9). Yeşil büyüme, ekonomilere çevrelerini korurken büyüme ve gelişme fırsatı sunulması şeklinde değerlendirilmektedir (Fouquet, 2019:1).

Esas itibarıyla yeşil büyüme yaklaşımı, Rio+ 20 Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı'nda yeşil ve sürdürülebilir ekonomi ana teması olarak ortaya çıkmıştır (Hickel ve Kallis, 2020: 469). Yeşil büyüme, ekonomiyi istihdam ve ekonomik büyüme yaratırken aynı zamanda çevre üzerindeki etkiyi azaltan teknolojilere ve tüketim kalıplarına yönlendirme niyetini ifade etmektedir (Reilly, 2012: 585).

Yeşil büyüme üzerine yapılan tanımlamalar farklılık gösterse de tanımların büyük çoğunluğu yenilenebilir kaynaklara daha fazla yer vermeye doğru bir geçiş anlamına gelmekte ve bu tanımlamalar birçok temel dayanak noktasını içerisinde barındırmaktadır. Yeşil büyümenin içerdiği temel ana kaynaklar OECD (2011a: 9) tarafından şu şekilde sıralanmaktadır:

- **Verimlilik:** üretkenliğin artırılması, atıkların ve enerji tüketiminin azaltılması ve kaynakların en yüksek değerde kullanıma sunulması.

- **İnovasyon:** çevre sorunlarını ele almanın yeni yollarını sağlayan politikalar ve koşullar tarafından teşvik edilen inovasyon fırsatları.

- **Yeni pazarlar:** yeşil teknolojiler, mallar ve hizmetler için talebi teşvik ederek yeni pazarların oluşturulması ve yeni iş fırsatları için potansiyelin oluşturulması.

- **Güven:** hükümetlerin çevre sorunlarıyla nasıl başa çıkacağı konusunda öngörülebilirlik ve istikrar yoluyla yatırımcıların güveninin artırılması.

- **İstikrar:** dengeli makroekonomik koşulların ve kaynak fiyatlarının oynaklığının azaltılması ve verimliliğin gözden geçirilerek kirliliğin fiyatlandırılması.

Yeşil büyüme, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının alternatifi olarak değil, alt bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Ekonomi ile çevre arasında somut ve ölçülebilir ilerleme sağlanmasına yardımcı olarak yeni ekonomik büyüme kaynaklarına yol açabilecek inovasyon, yatırım ve rekabet için gerekli koşulları teşvik eden güçlü bir ortam sağlanmasını gerektirmektedir (OECD, 2011a: 11).

Yeşil büyüme kavramı, GSYİH büyümesinden ziyade daha geniş bir kalkınma kavramına odaklanmaktadır. Yeşil büyümenin yatırımcılara ve tüketicilere sağlamayı amaçladığı net ve istikrarlı politika sinyalleri şu şekilde sıralanmaktadır (OECD, 2011a: 22):

- Doğal sermaye kullanımındaki verimsizlikleri ortadan kaldırarak ekonomik kazanımlar elde edilmesi,

- Yüksek oranlarda dengeli büyüme sağlayabilecek inovasyonların teşvik edilmesi,

- Yeni yeşil pazarların ve faaliyetlerin ortaya çıkarılarak yeni ekonomik fırsatların teşvik edilmesi,

- Darboğaz ve sistemik kriz risklerinden kaçınarak verimsizliklerin ortadan kaldırılmasıdır.

Yeşil büyüme, çevre üzerindeki olumsuz etkilerin ortadan kaldırılmasını hedeflemesinin yanında, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınmanın bir aracı olarak görülmektedir. Bu büyüme, yeşil bir ekonomiye geçiş sürecinin yöneterek yeni yeşil yatırım ve istihdam olanaklarının oluşturulmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda yeni yeşil endüstriler, iş ve teknoloji geliştirme fırsatları sunarak daha temiz büyüme kaynakları oluşturmaktadır (OECD, 2010: 2). Yeşil büyüme kavramı, çevreyi korumanın refahtan vazgeçme anlamına gelmediğini göstermeye çalışmaktadır. Bununla birlikte, doğrudan büyüme sorunuyla ilgilenmekte ve büyüme ve çevreyi korumanın temel uyumluluğu sorunundan yola çıkarak ekonomik

hedefi kalkınma olarak yeniden çerçevelendirerek, geniş bir destek koalisyonunu bir arada tutmayı hedeflemektedir. Yeşil büyüme, kalkınma ve çevreyi koruma uyumunda ısrar etmenin yanında, aynı zamanda çevreyi korumanın aslında daha iyi büyüme sağlayabileceğini iddia etmektedir (Jacobs, 2012: 6).

Yeşil Büyüme, işsizliği, kirliliği ve küresel ısınmanın olumsuz etkilerini azalttığı için ülkelerin mutluluğunu artırmanın önemli bir yolu olarak görülmektedir. Dolayısıyla, çevre üzerinde büyük ve geri döndürülemez olumsuz etkiler olmadan ekonomik büyümenin sağlanması hedeflenmektedir. Ekonomiyi yenilenemeyen enerji tüketen sektörlerden yeşil sektörler yönlendirilerek, ekonominin boyutunu küçültmeden yeşil büyümenin gerçekleştirilmesi mümkün gözükmektedir (Ploeg ve Withagen, 2013: 117).

Küresel ölçekte mevcut ekonomi politikalarının çevre üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Ancak çevresel sorunlara yönelik tartışmalar, Neoklasik iktisatçılar tarafından, doğal kaynakların verimsiz kullanımından ve doğal sermayenin değerinin düşük olmasından kaynaklandığı çerçevesinden ele alınmaktadır. Aynı zamanda bu sorunların önemli bir kısmı, çeşitli piyasa başarısızlıklarına atfedilmektedir. Bu yaklaşım, ekosistem hizmetlerinin gerçek değerinin piyasaya yansıtılması durumunda, ekonomik faaliyetlerin kaynakları daha verimli kullanacağını ve çevreye daha az zarar vereceğini varsaymaktadırlar (Borel-Saladi ve Turok, 2013: 212). Aynı zamanda Neoklasik yaklaşımda üretim faktörü olarak emek ve sermaye üzerine odaklanılmakta ve toprak genel olarak göz ardı edilmektedir. Aynı zamanda bu üretim faktörleri arasında tam ikamenin olduğu öne sürülmektedir. Burada temel yaklaşım, farklı sermaye ve üretim faktörleri arasında veya ürettikleri refah türleri arasında temel bir fark olmadığı düşünülmektedir (Ekins ve diğerleri, 2003: 166-168). Ekolojik iktisat okulu (yaklaşımı), 1980'lerin sonunda, doğa ve sosyal bilimlere dayalı önceki çok disiplinli araştırmalardan esinlenerek ortaya çıkmıştır. Bu ekolojik iktisat okulu, çevre ile dinamik süreçleri analiz ederek sosyo-ekolojik sistemleri modellemeye çalışmaktadır (Loiseau ve diğerleri, 2016: 364). Ekolojik iktisat yaklaşımı, doğal sermayeyi diğer sermaye türlerinden farklı tutarak, üretime katkısı ile doğrudan refah yaratan hizmetleri arasında ayırım yaparak, doğal sermayenin refaha özel katkısının incelenmesini sağlamaktadır (Ekins ve diğerleri, 2003: 166-168). Doğal sermayenin korunmasına ve çevreye yönelik politikaların değerlendirilebilmesi adına çeşitli ekonomik ve ekolojik göstergeler geliştirilmektedir. Aynı zamanda bu göstergelerle kurumların, mülkiyet rejimlerinin ve çevresel yönetim mekanizmalarının incelenmesi hedeflenmektedir (Loiseau ve diğerleri, 2016: 364).

Ülkelerin yeşil büyüme hedefleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri projelerin ve politikaların ölçülebilmesi için geliştirilen bu endekslerin ve göstergelerin en önemlisi olarak Yeşil Büyüme Endeksi gösterilmektedir.

3. Yeşil Büyümenin Ölçülmesi: Yeşil Büyüme Endeksi

Yeşil büyüme, geniş bir kavram olduğundan tek bir değişkenle veya tanımla ifade etmek mümkün gözükmemektedir. Bu kavramın ihtiva ettiği anlamı açıklayıcı çeşitli göstergeler ve endeksler geliştirilmektedir. OECD tarafından belirlenen temel gösterge grupları ve içerdikleri konular Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Gösterge Grupları ve İçerdiği konular

Göstergeler	İçerikleri
Çevresel ve kaynak verimliliği	Karbon ve enerji verimliliği Kaynak verimliliği: malzemeler, besinler, su Çok faktörlü üretkenlik
Doğal Varlık Tabanı	Yenilenebilir stoklar: su, orman, balık kaynakları Yenilenemeyen stoklar: maden kaynakları Biyolojik çeşitlilik ve ekosistemler
Yaşam kalitesinin çevresel boyutu	Çevre sağlığı ve riskler Çevre hizmetleri ve kolaylıklar
Ekonomik fırsatlar ve politik tepkiler	Teknoloji ve inovasyon Çevresel ürünler ve hizmetler Uluslararası finansal akımlar Fiyatlar ve transferler Beceriler ve eğitim Düzenlemeler ve yönetim yaklaşımları

Kaynak: (OECD, 2011a: 12).

Yeşil büyüme, ülkelerin GSYİH’sının artırılmasının yanında, çevresel kaynak verimliliği, biyoçeşitlilik, yenilenebilir ve yenilenemeyen kaynaklar, çevresel etkilere bağlı yaşam kalitesi, çevreye duyarlı mal ve hizmetler, teknik eğitim ve becerilerin geliştirilmesine kadar çok boyutlu bir yapıyı içermektedir. Aynı zamanda çevreye duyarlı yeşil inovasyon diye isimlendirilen teknolojik gelişmeler bu yapı içerisinde önemli yer tutmaktadır.

Yeşil büyüme dinamik bir süreç olduğundan, boyutları ve içerdikleri anlamlar zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir. Ayrıca yeşil eko-

nomilerin ve bu alanda elde edilen gelişmelerin karşılaştırılabilmesi için Yeşil Büyüme Endeksi geliştirilmiştir. Yeşil Büyüme Endeksi, bir ülkenin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH'ler), Paris İklim Anlaşması ve Aichi Biyoçeşitlilik Hedefleri dâhil olmak üzere dört yeşil büyüme boyutuna yönelik sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmadaki performansını ölçmeye yönelik geliştirilmiş bir endekstir (Acosta ve diğerleri, 2020: 2). Yeşil Büyüme Endeksi, verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımı, doğal sermaye koruması, yeşil ekonomik fırsatlar ve sosyal içerme olmak üzere dört ana boyut içermektedir. Doğal kaynakları verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanmak, daha az kaynakla daha fazla mal ve hizmet üretilmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda doğal sermayeyi ve bunların sağladığı biyolojik çeşitlilik ve ekolojik hizmetler korunmaktadır. Yeşil inovasyon, ticaret ve yatırım gibi ekonomik büyüme kaynakları sağlama-sından dolayı doğal sermayenin korunmasına destek olmaktadır. Ayrıca sosyal içerme, yeşil büyümeden elde edilen kazanımların dağıtılması için kilit bir mekanizma olarak değerlendirilmektedir (Acosta ve diğerleri, 2020: 2). Yeşil Büyüme Endeksi ve alt bileşenleri birbirleri ile uyumlu ve birbirini destekleyen on altı alt göstergeden oluşmaktadır (Acosta ve diğerleri, 2019: 1). Bu göstergeler Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Yeşil Büyüme Endeksinin Gösterge Çerçevesi

Boyutlar [Hedefler]	Göstergeler
Verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımı	Verimli ve Sürdürülebilir Enerji Kullanımı Verimli ve Sürdürülebilir Su Kullanımı Sürdürülebilir Arazi Kullanımı Malzeme Kullanım Verimliliği
Doğal sermaye koruması	Çevre kalitesi Sera gazı emisyonlarının azaltılması Biyoçeşitlilik ve ekosistem koruması Kültürel ve sosyal değer
Yeşil ekonomik fırsatlar	Yeşil Yatırım Yeşil Ticaret Yeşil İstihdam Yeşil Inovasyon

Sosyal İçerme	Temel Hizmetlere ve Kaynaklara Erişim Cinsiyet Dengesi Sosyal Eşitlik Sosyal Koruma
---------------	--

Kaynak: (Acosta ve diğerleri, 2019: 4).

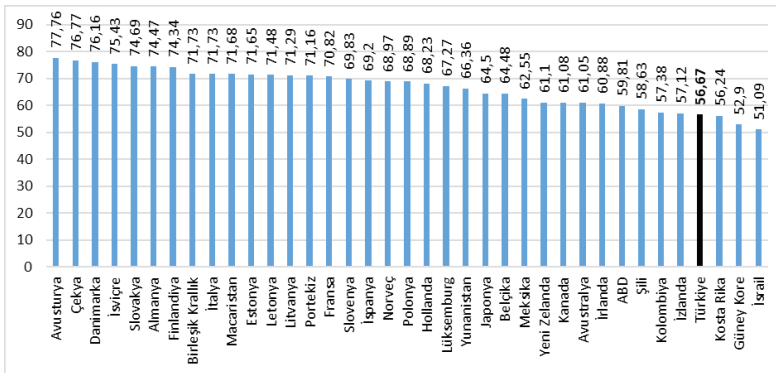
Endeks kapsamında ülkeler 0-100 aralığında puanlanmakta ve elde ettikleri puanlara göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Acosta ve diğerleri, 2019: 4):

- 80–100 çok yüksek puanlı ve hedeflere ulaşılmış ülkeler,
- 60–80 yüksek puanlı ve hedeflere ulaşabilmek için stratejik pozisyona sahip ülkeler,
- 40–60, orta puanlı ve hedeflere ulaşabilmek için ilerlemenin olması ve hedeflerden uzaklaşılmasından kaçınılması gereken ülkeler,
- 20–40 düşük puanlı ve hedeflere ulaşabilmek için politikalar oluşturan ülkeler,
- 1–20 çok düşük puanlı ve hedeflere ulaşabilmek için önemli eylemler ve politikalar gerektiren ülkelerdir.

4. Türkiye'nin Yeşil Büyüme Endeksi'ndeki Performansının İncelenmesi

Çalışmada Küresel Yeşil Büyüme Enstitüsü tarafından oluşturulan Yeşil Büyüme Endeksi kapsamında Türkiye'nin performansı OECD üyesi ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Grafik 1'de Türkiye'nin 2020 yılı itibariyle Yeşil Büyüme Endeksi'ndeki konumu gösterilmektedir.

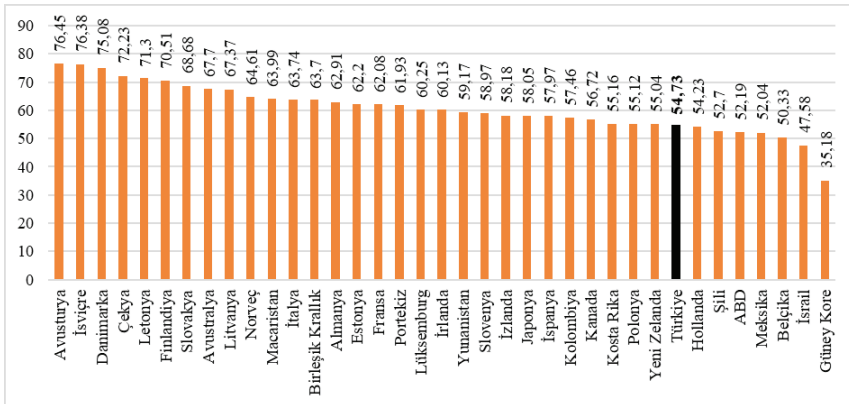
Grafik 1: Yeşil Büyüme Endeksi 2020



Kaynak: (GGGI, 2021)'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşil Büyüme Endeksinde OECD ülkelerinin genel görünümüne bakıldığında ilk üç sırada Avusturya (77,76), Çekya (76,77) ve Danimarka (76,16) yer almaktadır. Bu ülkelerin yüksek puanlı ülkeler sınıfında yer aldığı ve yeşil büyüme hedeflerinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için yüksek potansiyele sahip oldukları anlaşılmaktadır. Türkiye'nin ise, OECD ülkeleri arasında 56,67 puan ile otuz dördüncü sırada orta puanlı ülkeler kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de yeşil büyüme hedeflerine ulaşılabilmesi için gerekli projelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Endeks sıralamasında yüksek gelirli ülke kategorisinde yer alan G. Kore ve İsrail'in geri sıralarda yer alması dikkat çekmektedir. Endeksin genel puanının yanı sıra alt boyutlarının incelenmesi ülkelerin sahip oldukları potansiyellerin ve zayıf yönlerin anlaşılabilmesi açısından önem taşımaktadır. İlk aşamada endeksin önemli bir boyutu olan verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımı ele alınmakta ve ülkelerin görünümü Grafik 2'de gösterilmektedir.

Grafik 2: Verimli ve Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı (2020)

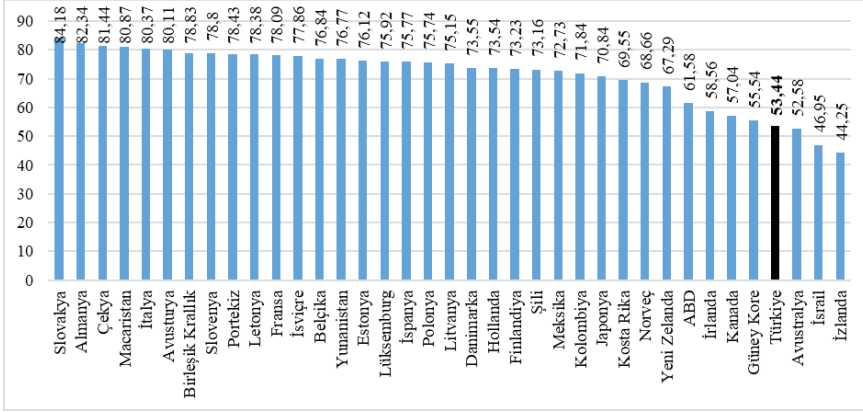


Kaynak: (GGGI, 2021)'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşil büyüme endeksinin alt boyutlarından olan verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımına bakıldığında, ilk üç sırada Avusturya, İsviçre ve Danimarka yer almaktadır. Türkiye verimli kaynak kullanımında otuzuncu sırada yer almaktadır. Aynı zamanda Türkiye bu alanda ABD, İsrail ve G. Kore'den daha yüksek puana sahip olması, yeşil büyüme endeksinde daha üst sıralarda yer almak için yüksek potansiyele sahip olduğuna işaret etmektedir. Verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımı başlığı altında verimli ve sürdürülebilir enerji, verimli ve sürdürülebilir su kullanımı, sürdürülebilir arazi kullanımı ve malzeme kullanım verimliliği yer almaktadır. Türkiye'nin bu alt bileşenlerde zaman içerisinde elde ettiği ilerlemeler

ayrı başlık altında detaylı incelenmekte ancak bu başlıklarda genel endeks performansına yakın bir performansa sahip olduğu görülmektedir. Türkiye'nin doğal sermaye koruması boyutundaki durumu OECD ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak Grafik 3'te gösterilmektedir.

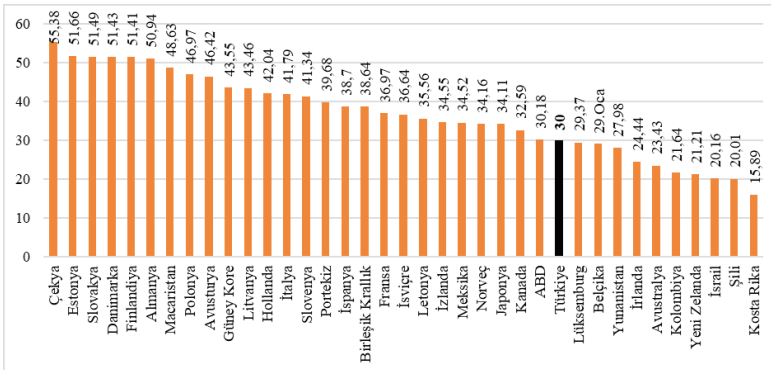
Grafik 3: Doğal Sermaye Koruması Genel Görünüm (2020)



Kaynak: (GGGI, 2021) 'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Doğal sermaye koruması boyutunun alt başlıklarında, çevre kalitesi, sera gazı emisyonlarının azaltılması, biyoçeşitlilik ve ekosistem koruması ile kültürel ve sosyal değerler alt başlıkları yer almaktadır (Acosta ve diğerleri, 2019: 6). Doğal sermaye koruması boyutunda ülkelerin genel yeşil büyüme endeks performansından daha yüksek performansa sahip oldukları görülmektedir. Doğal sermaye korumasında Slovakya, Almanya ve Çekya ilk üç sırada yer almaktadırlar. Bu ülkelerin aynı zamanda çok yüksek puanlı ülkeler kategorisinde yer alarak bu boyuttaki hedeflere ulaştıkları anlaşılmaktadır. Türkiye'nin bu boyuttaki performansı genel endeks performansının altında olduğu görülmektedir. Türkiye, 53,44 puan ile orta puanlı ülkeler kategorisinde yer almaktadır.

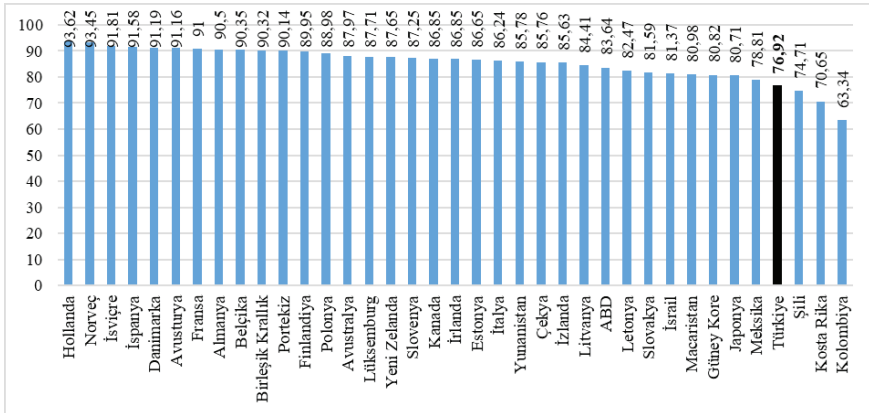
Grafik 4: Yeşil Ekonomik Fırsatlar Genel Görünüm (2020)



Kaynak: (GGGI, 2021) 'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşil ekonomik fırsatlar kategorisinde yeşil yatırım, yeşil ticaret, yeşil istihdam ve yeşil inovasyon alt başlıkları bulunmaktadır (Acosta ve diğerleri, 2019: 6). Yeşil ekonomik fırsatlar kategorisinde OECD ülkelerinin yeşil büyüme endeksinin genel performansının altında kaldığı görülmektedir. Çekya (55,38), Estonya (51,66) ve Slovakya'nın (51,49) ilk arasında ilk üç sırada yer alırken, bu ülkeler orta puanlı ülkeler sınıfında yer almaktadırlar. Türkiye ise, 30 puan ile düşük puanlı ülke pozisyonunda bulunmaktadır. Türkiye'de yeşil ekonomik fırsatlardan faydalana-bilmek için yeşil yatırım ve yeşil inovasyon pozisyonlarına özel önem verilmelidir. Ayrıca bu ülkelerde yeşil ekonomik fırsatlar alanında düşük performans gösterilmesinin nedeni olarak, ülkelerin ekonomik yapıları-nın fosil yakıt ve yenilenemeyen enerji tüketimi temelli üretim ve yatırım modellerinin yer alması gösterilebilir. OECD ülkelerinin yeşil büyüme endeksinin bir diğer önemli bileşeni olan sosyal içermedeki performansı Grafik 5'te gösterilmektedir.

Grafik 5: Sosyal İçerme Genel Görünüm (2020)



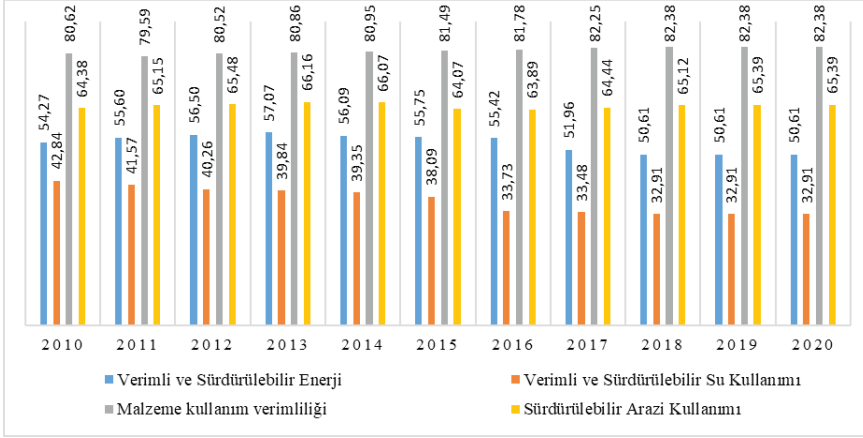
Kaynak: (GGGI, 2021) 'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal içerme boyutunda temel hizmetlere ve kaynaklara erişim, cinsiyet dengesi, sosyal eşitlik ve sosyal koruma alt başlıkları yer almaktadır (Acosta ve diğerleri, 2019: 6). OECD ülkelerinin sosyal içerme kategorisinde önemli başarılar elde ettiği görülmektedir. Ülkelerin büyük çoğunluğunun çok yüksek puanlı seviyede olduğu ve hedeflerin gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. İlk üç sırada Hollanda (93,62), Norveç (93,45) ve İsviçre (91,81) yer almaktadır. Türkiye ise, 76,92 puanla yüksek puanlı ülke konumunda olduğu ve genel yeşil büyüme endeksinin üzerinde bir performansa sahip olduğu görülmektedir.

Yeşil büyüme endeksinin dört ana başlığının altında çeşitli alt göstergeler yer almaktadır. Türkiye'nin yeşil büyüme endeksindeki performan-

sının ve zaman içerisindeki gelişimin daha iyi anlaşılabilmesi için çalışma kapsamında alt göstergeler detaylı olarak analiz edilmektedir. Konu bağlamında üst başlıklar OECD ülkeleri ile karşılaştırılmakta, ancak alt göstergeler sadece Türkiye özelinde tartışılmaktadır. İlk aşamada Türkiye’de verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımı kategorisinde yer alan alt göstergeler incelenmektedir.

Grafik 6: Türkiye’de Verimli ve Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı



Kaynak: (GGGI, 2021)’den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

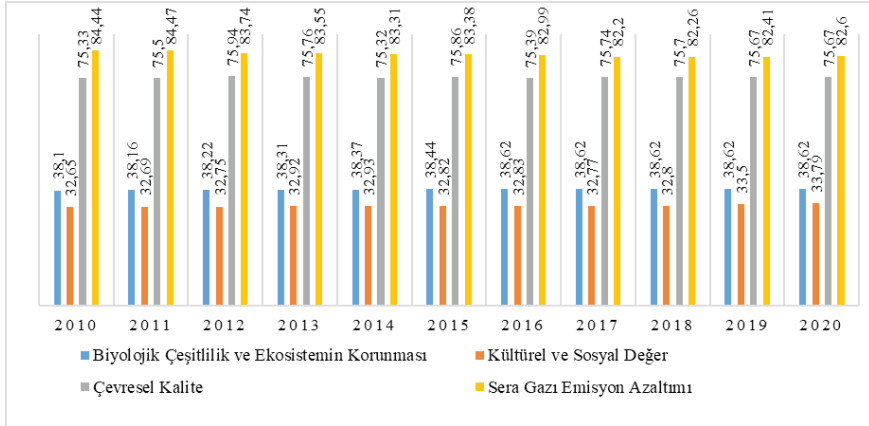
Türkiye’de 2010-2020 dönemi için verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımına bakıldığında, özellikle malzeme kullanım verimliliği açısından çok yüksek puana sahip olduğu anlaşılmaktadır. Malzeme verimliliği göstergeleri olarak GSYİH başına toplam yerel malzeme tüketimi (DMC) (GSYİH başına DMC kg) ve kişi başına toplam malzeme ayak izi (MF) (kişi başına MF ton) kullanılmaktadır (GGGI, 2021: 4). Türkiye her iki göstergenin bileşiminde önemli kazanımlar elde ettiği görülmektedir. Ancak verimli ve sürdürülebilir su kullanımı alanında düşük puanlı ülke sınavında yer almaktadır. Aynı zamanda 2010-2020 döneminde orta puanlı ülkeden düşük puanlı ülke konumuna gelmiştir. Verimli ve sürdürülebilir su kullanımı, su kullanım verimliliği (m^3 başına ABD \$) ve tatlı su çekiminin mevcut tatlı su kaynaklarına oranı göstergeleri ile ölçülmektedir (GGGI, 2021: 4). Özellikle bu göstergelerden yola çıkılarak su verimliliğini sağlayacak projelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Verimli ve sürdürülebilir enerji kullanımında orta puanlı konumda olunmasına rağmen ülke puanında düşüş gözlemlenmektedir. 2010 yılında 54,27 olan ülke puanının 2020 yılında 50,61 seviyelerine düştüğü görülmektedir. Özellikle enerji arzının zaman zaman sıkıntıya uğradığı küresel sistemde enerji verimliliği büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan Türkiye’nin enerji verimliliği konusunda tarım, sanayi ve hizmetler sektöründe başta mal ve hizmet üretiminin yanında konutlarda ve diğer alanlarda bu verimliliği

sağlayacak projelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Arazi kullanımında ise, yüksek puanlı ülke konumunda yer almaktadır.

Aynı zamanda Türkiye'nin verimli ve sürdürülebilir kaynak kullanımında kaydettiği ilerlemeler çeşitli çalışmalarda vurgulanmaktadır. Dünya Bankası yeşil büyüme ülke raporunda, Türkiye'nin hızlı kentleşme, artan sanayileşme ve iklim değişikliği yanında tarımsal ve kentsel taleplerden kaynaklanan su kaynakları üzerindeki baskıyla ilişkili çevresel zorlukların farkında olduğu ve politikaların uygulandığı belirtilmektedir (The World Bank, 2013: 5).

Yeşil büyüme endeksinin bir diğer önemli alt başlığı olarak doğal sermaye koruması değerlendirilmektedir. Türkiye'nin doğal sermaye koruması alt göstergelerinde 2010-2020 dönemindeki gelişimi Grafik 7'de gösterilmektedir.

Grafik 7: Doğal Sermaye Koruması

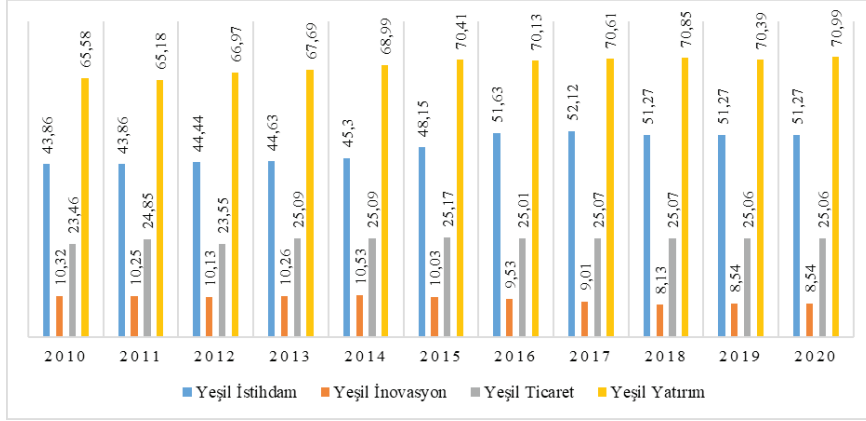


Kaynak: (GGGI, 2021)'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye'nin doğal sermaye korunması boyutunda özellikle sera gazı emisyonlarının azaltılmasında çok yüksek puanlı ülke konumunda olduğu görülmektedir. Doğal sermaye korumasındaki genel puanın 53,44 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sera gazları emisyonlarının azaltılmasında başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda çevre kalitesinde de 2020 yılı itibariyle 75,67 puanla yüksek puanlı ülke seviyesinde yer almaktadır. Ancak biyolojik çeşitlilik ve ekosistemin korunması ile kültürel ve sosyal değer açısından düşük puanlı olduğu görülmektedir. Dünya Bankası raporunda Türkiye'nin diğer gelişmekte olan veya sanayileşmiş ekonomilerin çoğundan daha düşük emisyonlara sahip olduğu belirtilmektedir (The World Bank, 2013: 5).

Yeşil büyüme endeksinin üçüncü bileşeni olan yeşil ekonomik fırsatlar boyutunda Türkiye'nin 2010-2020 dönemindeki performansı Grafik 8'de gösterilmektedir.

Grafik 8: Yeşil Ekonomik Fırsatlar

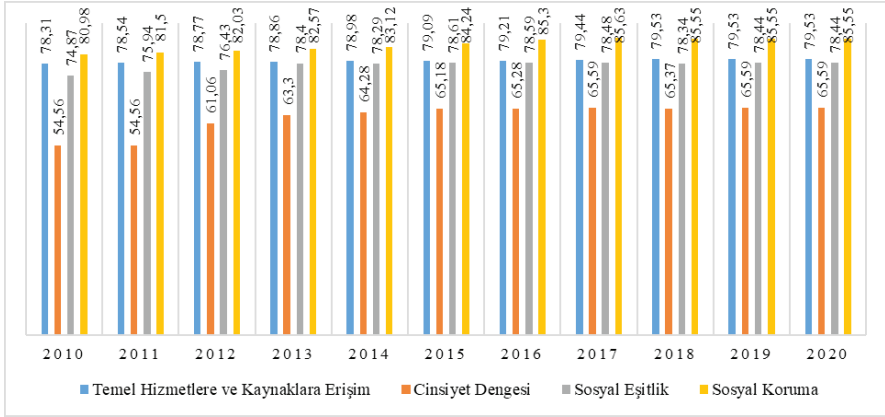


Kaynak: (GGGI, 2021)'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Yeşil ekonomik fırsatlar kategorisinde Türkiye'nin yeşil yatırım alanında artan bir performansının olduğu görülmektedir. 2010 yılında 65,58 olan yeşil yatırım puanı, 2020 yılında 70,99'a yükselmiştir. Aynı şekilde yeşil yatırımlara bağlı olarak yeşil istihdam oranlarının arttığı anlaşılmaktadır. Ancak yeşil yatırımda yüksek puanlı iken, yeşil istihdamda ise, orta puanlı ülke konumundadır. Aynı zamanda yeşil yatırımların artışının zaman içerisinde yeşil istihdamı artırması beklenmektedir. Türkiye'de yeşil ekonomik fırsatlar alanında en dezavantajlı olduğu bileşenin yeşil inovasyon göstergesi olduğu görülmektedir. Türkiye bu alanda çok düşük puanlı ülke konumundadır ve bunun yanında zaman içerisinde performansı giderek azalmaktadır. Yeşil inovasyon performansının artırılabilmesi için mevcut bilim, sanayi ve teknoloji politikalarının gözden geçirilerek yeni inovasyon plan ve projelerinin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Ayrıca yeşil ticaret alanında da puanın düşük olduğu görülmekte ve bu durum, yeşil inovasyondaki düşük performansın üretilen mal ve hizmet bileşimine yansımaları olarak değerlendirilmektedir.

Yeşil büyüme endeksinin dördüncü alt boyutu olarak sosyal içerme değerlendirilmektedir. Türkiye'nin 2010-2020 döneminde sosyal içerme boyutundaki performansı Grafik 9'da gösterilmektedir.

Grafik 9: Sosyal İçerme



Kaynak: (GGGI, 2021) 'den alınan verilerle yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye, sosyal koruma alanında çok yüksek puanlı ülke konumunda yer almakta ve 2010-2020 döneminde performansını artırdığı görülmektedir. Aynı şekilde temel hizmetlere ve kaynaklara erişim ile sosyal eşitlik alanında yüksek puanlı ülke durumundadır ve bu alanlarda çok yüksek ülke puan sınırı yaklaşılmıştır. Aynı zamanda cinsiyet dengesinde orta puanlı ülkeden yüksek puanlı ülke konumuna gelinmiştir. Türkiye 2010-2020 döneminde sosyal içerme alanında performansını artırdığını görmektedir.

5. Türkiye İçin Yeşil Büyüme Yönelik Çıkarımlar ve Politika Önerileri

Yeşil Büyüme, çevresel düzen ile ekonomik büyüme arasında değiş tokuş mekanizması olmadan, yeşil büyümenin yeni ekonomik fırsatlar sağlayabileceği iyimser bir yaklaşımı ifade edilmektedir (The World Bank, 2013: 5). Yeşil büyüme sağlanırken genel ekonomik büyüme yaklaşımından taviz verilmeden sağlanmasında uygulanacak yeşil politika ve projeler büyük önem taşımaktadır. Yeşil politikaların değerlendirilmesinde başta OECD yeşil büyüme göstergeleri ve Yeşil Büyüme Endeksi olmak üzere yeşil büyümeyi ölçen göstergeler, ülkeleri karşılaştırma ve performanslarını değerlendirme fırsatı sunmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'nin yeşil büyüme endeksindeki performansı OECD ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda Yeşil Büyüme Endeksi'nin ana boyutlarının yanında alt bileşenleri açısından 2010-2020 dönemi için özel bir inceleme yapılmıştır. Bu değerlendirmeler neticesinde Türkiye özelinde olmak üzere gelişmekte olan ülkelere uyanımları olan şu değerlendirmeleri ve politika önerilerini yapmak mümkündür:

- Türkiye, yeşil büyüme endeksinde genel görünümü açısından 56,67 puanla orta puanlı ülke konumundadır. Türkiye, hızlı ekonomik büyüme potansiyeline ve geliştirilebilecek altyapı ve göstergelere sahip olunmasından dolayı yüksek ve çok yüksek puanlı ülke konumuna gelme potansiyeline sahiptir. Bu açıdan Türkiye'nin yeşil büyüme potansiyelini yükseltecek ek politikalar geliştirilerek, yasal ve kurumsal önlemlerin alınması gerekmektedir.

- Türkiye sürdürülebilir ve verimli kaynak kullanımında 54,73 puanla orta puanlı ülke seviyesindedir. Ancak bu boyutun alt bileşenlerinde verimli ve sürdürülebilir su kullanımı haricinde önemli ilerlemeler kaydedildiği görülmektedir. Özellikle küresel ısınma ve iklim değişikliğinin etkilerinin hissedildiği bu dönemler su verimliliğinde elde edilecek ilerlemeler büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan Türkiye'de su verimliliğinin sağlanabilmesi için on birinci kalkınma planında su kaynaklarının etkin kullanımı açısından gerekli önlemlerin alınarak su havzaları koruma eylem planlarının hayata geçirilmesi hedeflenmektedir. Aynı zamanda ulusal su bilgi sisteminin yaygınlaştırılması yoluyla verimliliğin artırılması amaçlanmaktadır. (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 163-164).

- Türkiye'nin doğal sermaye koruması başlığı altında yer alan çevresel kalite ve sera gazı emisyonlarının azaltılması göstergelerinde önemli başarılar elde ettiği görülmektedir. Özellikle bu durum uluslararası kuruluşların yayınlamış olduğu yeşil büyüme raporlarına yansımış durumdadır. Ancak biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemin korunması ile sosyal ve kültürel değer göstergelerinde istenilen başarılar yakalanamamış ve düşük puanlı ülke konumunda kalmıştır. Bu göstergeler açısından iyileştirmelerin sağlanabilmesi için on birinci kalkınma planında, biyolojik çeşitliliğin ve doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı için başta biyolojik çeşitlilik envanterinin çıkarılması ve güncellenmesi çalışmaları olmak üzere çeşitli kurumsal ve yasal düzenlemelerin yapılması benimsenmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 157-170).

- Türkiye, yeşil ekonomik fırsatlar kategorisinde oldukça düşük puanda kalmıştır. Bu kategoride özellikle yeşil inovasyon göstergesinde çok düşük puanlı ülke konumundadır. 2020 yılı itibariyle Türkiye'de Ar-Ge harcamalarının GSYİH'ye oranı % 1,09 iken, OECD ortalaması ise, % 2,96 oranındadır (World Bank, 2022). Türkiye genel Ar-Ge harcamalarında da OECD ortalamasının altında bir performans sergilemektedir. Bu durumun iyileştirilmesi açısından on birinci kalkınma planında da vurgulandığı üzere (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 76) Ar-Ge destek sistemleri başta olmak üzere ulusal yenilik sistemlerinin

başarılı bir şekilde işleyebilmesi için gerekli eylem politikalarının oluşturulması gerekmektedir.

- Türkiye’de yeşil yatırımların önemli bir seviyede olduğu ve yeşil istihdam olanaklarının oluşturulduğu görülmektedir. Özel sektörün yatırımlarında yeşile daha fazla önem verebilmesi için çeşitli teşvik mekanizmaları geliştirilerek yeşil yatırımların daha cazip hale getirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda yatırımlarda yeşile daha fazla önem vermenin kültür haline gelebilmesi için eylem planlarının hazırlanması gerekmektedir.

- Türkiye’de sosyal içerme boyutunda önemli kazanımların elde edildiği görülmektedir. Özellikle cinsiyet dengesi bağlamında on birinci kalkınma planında kadınlara yönelik ayrımcılığın önlenerek, tüm alanlarda fırsat ve imkânlardan eşit bir şekilde faydalanabilmesi için gerekli önlemlerin alınması temel amaç olarak benimsenmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019: 139). Bu kazanımların sürdürülebilmesi ve daha üst derecelere yükseltilebilmesi için mevcut politikaların gözden geçirilerek dönemin gerekliliklerine uygun düzenleme ve eklemelerin yapılması önem taşımaktadır.

Türkiye, Yeşil Büyüme Endeksi’nde orta puanlı ülke konumundadır, ancak alt göstergelerde elde edilen performanslar itibarıyla yüksek ve çok yüksek puanlı ülke konumuna ulaşabilmek için yüksek potansiyel taşıdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca yeşil büyüme politikalarının gerçekleştirilmesi ile birlikte çevre dostu sürdürülebilir ekonomik büyüme gerçekleştirilebilecektir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Yeşil büyüme, ekonomik büyümenin doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin korunarak gerçekleştirilmesi olarak değerlendirilmektedir. Ancak hâkim yaklaşım olan Neoklasik yaklaşımın doğal kaynaklara bakış açısı, serbest piyasa çerçevesinde şekillenmektedir. Üretim faktörleri arasında tam ikamenin olduğunun varsayılması, tüketilen doğal kaynakların farklı üretim faktörleri ile kolayca ikame edilebileceği anlayışını beraberinde getirmektedir. Ekolojik iktisat yaklaşımı, gerçeğe uygun olmayan bu varsayımların ötesinde, doğal sermayeyi diğer sermaye türlerinden farklı tutarak doğal sermayenin refaha katkısının incelenmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda yeşil büyüme kavramı önem kazanmaktadır. Süreç içerisinde ülkelerin yeşil büyüme performanslarının ölçülebilmesi ve güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilebilmesi açısından çeşitli göstergeler ve endeksler geliştirilmektedir. Bu çalışmada Türkiye’nin yeşil büyüme sürecindeki performansı yeşil büyüme endeksi parametreleri kapsamında OECD ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Türkiye yeşil

büyüme endeksinde orta puanlı ülke konumunda yer almaktadır. Yeşil büyüme endeksinin alt göstergelerinde ise, sosyal içermeye alt kategorisinde Türkiye'nin yüksek performansa sahip olduğu tespit edilmiştir. Yeşil ekonomik fırsatlar kategorisinde ise, özellikle yeşil inovasyon göstergesinde oldukça düşük performansa sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca sera gazları emisyonlarının azaltılmasında Türkiye çok yüksek puanlı ülke konumunda ve yüksek bir performansa sahiptir.

Türkiye'nin yeşil büyümenin gerçekleştirilmesi için çok yüksek bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Özellikle yeşil ekonomik fırsatların değerlendirilerek yeşil inovasyon, yatırım ve istihdam olanaklarının artırılması bu süreci hızlandırabilme ve sürdürülebilir ekonomik büyümenin yakalanmasını sağlayabilme potansiyeli taşımaktadır. Özellikle doğal kaynakların verimli kullanımına ve yeşil ekonomik fırsatların değerlendirilmesine yönelik politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda bu politikalar için gerekli kurumsal ve yasal düzenlemelerin yapılarak istikrarlı bir şekilde uygulanması büyük önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Acosta, L., Zabrocki, S., Eugenio, J., Sabado, R., Gerrard, S., Nazareth, M., & Luchtenbelt, H. (2020). *Green Growth Index 2020 - Measuring performance in achieving SDG targets*. Republic of Korea: Global Green Growth Institute.
- Acosta, L.A., P. Maharjan, H. Peyriere, L. Galotto, & R.J. Mamiit, C. Ho, B.H. Flores, and O. Anastasia. (2019). *Green Growth Index: Concepts, Methods and Applications, GGGI Technical report No. 5*, . Seoul: Green Growth Performance Measurement (GGPM) Program, Global Green Growth Institute,.
- Borel-Saladi, J., & Turok, I. (2013). The Green Economy: Incremental Change or Transformation? *Environmental Policy and Governance* 23 , 209-220. DOI:10.1002/eet.1614.
- Ekins, P., Simon, S., Deutsch, L., Folke, C., & Groot, R. (2003). A framework for the practical application of the concepts of critical natural capital and strong sustainability. *Ecological Economics* 44, 165-185. doi:10.1016/S0921-8009(02)00272-0.
- Fouquet, R. (2019). The Pursuit of Greener Growth. R. Fouquet içinde, *Handbook On Green Growth* (s. 1-19). UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- GGGI. (2021). *Green Growth Index 2021*. <https://gggi-simtool-demo.herokuapp.com/> adresinden alındı
- Hickel, J., & Kallis, G. (2020). Is Green Growth Possible? *New Political Economy, Vol: 25, No: 4*, 469–486. <https://doi.org/10.1080/13563467.2019.1598964>.
- Jacobs, M. (2012). Green Growth: Economic Theory and Political Discourse. *Centre for Climate Change Economics and Policy Working Paper No. 108, Grantham Research Institute on Climate Change and the Environment Working Paper No. 92*.
- Loiseau, E., Saikku, L., Antikainen, R., Droste, N., Hansjürgens, B., Pitk€anen, K., . . . Thomsen, M. (2016). Green economy and related concepts: An overview. *Journal of Cleaner Production* 139, 361-371. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.024>.
- OECD. (2010). *Yeşil Büyüme Stratejisi Geçici Raporu: Sürdürülebilir bir Gelecek için Taahhütlerimizin Yerine Getirilmesi*. OECD.
- OECD. (2011a). *Towards Green Growth*. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264111318-en>.
- OECD. (2011b). *Fostering Innovation for Green Growth*. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264119925-en>.
- OECD. (2017). *Green Growth Indicators 2017*. Paris: OECD Publishing.

- Ploeg, R., & Withagen, C. (2013). Green Growth, Green Paradox and the global economic crisis. *Environmental Innovation and Societal Transitions* 6, 116–119. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eist.2012.11.003>.
- Reilly, J. (2012). Green growth and the efficient use of natural resources. *Energy Economics* 34, S85–S93. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eneco.2012.08.033>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)*. Ankara.
- The World Bank. (2013). *Turkey Green Growth Policy Paper: Towards a Greener Economy*. Washington, DC: The International Bank for Reconstruction and Development.
- Unmüßig, B., Sachs, W., & Fatheuer, T. (2012). *Critique of the Green Economy Toward Social and Environmental Equity*. Berlin: Heinrich Böll Foundation.
- World Bank. (2022). *World Development Indicators*. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> adresinden alındı

“

Bölüm 15

ÇEVRESEL, SOSYAL VE YÖNETİŞİM (ESG) SÜRECİ VE FİNANSAL PERFORMANS İLİŞKİSİ: BİST30 ÖRNEĞİ

Oğuz SAYGIN¹

Yasemin AYNACI²

Esmâ EKİCİ³

”

1 Dr. Öğr. Üyesi., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü

E-mail: osaygin@nevsehir.edu.tr

2 Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü

E-mail: yasemin.aynaci08@gmail.com

3 Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü

E-mail: esmaekici46@gmail.com

1.Giriş

Hızlı nüfus artışı ve sanayi devrimi ile gelişen endüstrileşme üretim hızını artırmış ancak doğal kaynaklar hızla azalmaya başlamıştır. Bu durum ekolojik sistemin işleyişini olumsuz yönde etkilemiş ve çevresel deformasyonların artmasına sebep olmuştur. İşletmelerin üretim ve hizmette doğal kaynaklardan yararlanması ve yararlanılan kaynakların sınırlı olması belirtilen tehlikenin başında gelmektedir. Doğal kaynaklar üzerindeki tahribatın her geçen gün artmasına sebep olan bu tehlikeler gelecek nesiller için de tehdit unsuru olmaktadır. Meydana gelen bu olumsuz gelişmeler, sürdürülebilirlik kavramının öneminin artmasında etkili olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramına ilişkin çalışmalar ilk etapta yalnızca çevresel konuları değerlendirmeye tabi tutarken zamanla ekonomik, üretim ve toplumsal konuları da değerlendirme kapsamına alarak bünyesini genişletmiştir (Uğur, 2021:56). İklim değişikliği, sera gazı etkisi, doğal kaynakların tahribatı, radyoaktif kirlilik, hava ve suyun kirliliğindeki artış vb. durumlar sanayi devrimi ile daha çok göz ardı edilmiş ve küresel çapta büyük sorunları beraberinde getirmiştir.

Üretim hızındaki artışın neden olduğu çevresel ve sosyal riskler neticesinde ortaya çıkan sorunları azaltmak için işletmelerin faaliyetlerini etkin bir şekilde sürdürmeleri, sorumluluk alma ve ekonomik değer yaratma konusunda verimli planlamalar yapmalarını gerektirmektedir. Aynı zamanda yatırımcılar finansal raporların yanı sıra finansal olmayan bilgileri de göz önünde bulundurarak yatırım tercihlerini yapılandırmak istemektedirler. Bu nedenle işletmeler finansal raporların dışında finansal olmayan bilgileri de özenle raporlamaları beklenmektedir. Bu beklentiler işletmeleri alternatif raporlama yöntemleri araştırma ve geliştirmeye teşvik etmiştir. Bu gelişmeler finansal olmayan bilgilerin raporlanması gündeme getirmiş ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması”, “Sürdürülebilirlik Raporlaması” kavramları ortaya çıkmıştır (Önce vd., 2015:237). Son dönemlerde faaliyet raporlarında sadece karlılık oranları gibi finansal konulara değil bunların yanında çevresel ve sosyal konulara da yer vererek raporların kapsamının genişletilmesi ve işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin bu raporlarda sunulması istenmektedir.

Küresel gelişmeler ile ülkemizde gelişen sürdürülebilirlik raporlarında ulaşılan son aşama entegre raporlamadır. Bir işletmenin sürekliliğinin raporlanması, finansal veriler ile kar potansiyelini etkileyen finansal olmayan veriler, çevresel raporlar, sürdürülebilirlik raporları, kurumsal sosyal sorumluluk raporları ve tüm bunları kapsayan entegre raporlama ile sağlanmaktadır (Gençoğlu ve Aytaç, 2016:52). Firmaların sürdürülebilirlik faaliyetleri sağlıklı ilerletebilmeleri için; kurumsal yönetim ilkelerini ve sorumluluklarını derinlemesine özümsemeleri ve faaliyetlerinde kullanmaları, üretim esnasında çevresel konuları tehdit eden unsurlara has-

sasiyet göstererek zararı en aza indirgeyen teknikler geliştirmeleri, enerji tasarrufu sağlamaları, çalışanların çalışma koşullarını iyileştirmeleri ve son olarak tüketicilere sağlıklı ürünler ulaştırmaları gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik kavramı çevrenin temizliğine ve işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken eşitlik ve katılım prensiplerinin işletilmesini kapsayan bir bütünlüğe doğru ilerlemektedir (Dinçer ve Özdemir, 2013: 34). Kurumsal yönetim ve kurumsal sürdürülebilirlik çevresel, sosyal ve ekonomik boyutların bir bütün olarak görülmesi ve böylece işletmelere verimlilik ve rekabet avantajı sağlayacağı öngörülmektedir. Yönetim yapısının etkin olmasının yalnızca hissedarları değil toplumu ve paydaşlarını da ilgilendirdiğini, bu durumun sürdürülebilirlik stratejisinin uygulanmasına ve performansının gelişmesine katkı sağladığını belirtmişlerdir (Munir vd., 2019:13).

Sürdürülebilirlik faaliyetlerinin yukarıda belirtilen faydaları arasında yer alan ve bu çalışmada uygulamalı olarak araştırılan finansal performans çalışmanın diğer boyutunu oluşturmaktadır. Finansal performans; işletmelerin mevcut durumunu görebilmek, piyasada var olan rakiplerine karşı finansal başarısının ne düzeyde olduğunu kavrayabilmek, işletmenin kapasitesini belirleyerek gelecek planlaması yapabilmek amacıyla gerekli olan ve kârlılığını maksimum seviyeye çıkarmayı amaçlayan temel bir göstergedir (Acar, 2003:24). İşletmelerin kar elde etmek topluma hizmet etmek, varlıklarını sürdürmek dışında büyüme ve gelişme göstermek, ulusal ve uluslararası işletme konumunda olmak, yenilikçi olmak sosyal sorumluluk üstlenmek gibi özel amaçları ve amaçlara bağlı beklentileri olmaktadır. Diğer taraftan finansal performans, bir işletmenin esas faaliyet alanındaki varlıkları ne ölçüde verimli kullanabildiğini ve gelir elde edebildiğini gösteren bir ölçüt olarak kullanılmaktadır.

Finansal performansın ölçülmesi ile işletmelerin finansal yapıları, yapmış oldukları yatırımlar neticesinde elde ettikleri yatırım verimlilikleri saptanabilmekte ve işletmelerin risk dereceleri de belirlenebilmektedir. Belirtilen bu noktaların yanı sıra finansal performans ölçümü, geçmiş dönemlerde meydana gelen faaliyetlerin gerçeğe uygun bir şekilde yorumlanabilmesini sağlamakta ve geleceğe yönelik hedeflenen yatırımların finansmanında yöneticilere bazı kritik bilgiler sunmaktadır (Uygurtürk ve Korkmaz, 2012:96). Finansal performansı doğru olarak ölçebilmek için mevcut verilerin doğru bir şekilde bir araya getirilmesi ve doğru bir şekilde analizinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Yapılan analizler sonucunda, olumlu veya olumsuz değerlendirmeler yapılmalı, sonucun olumsuz olduğu analizlerde finansal performansı arttıracak çözüm odaklı öneriler hazırlanmalıdır.

İşletmelerin piyasa değerlerine, finansal ve finansal olmayan çok sayıda faktörün birlikte etkisi bulunduğu çok sayıda çalışmada ifade edilmiştir. Faaliyette bulunan işletmelerin piyasa değerini etkileyen unsurlar arasında, işletmelerin esas faaliyet alanlarında sürdürülebilirlik amacına önem vermeleri ve sosyal sorumluluk projeleriyle topluma katkı sağlamaları gibi konular yer almaktadır. Bu doğrultuda, çalışmada BIST 30 Endeksinde yer alan şirketlerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin bir ölçütü olarak ESG skorunun finansal performans üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, konu ile ilgili alan yazın çalışmalarına yer verildikten sonra üçüncü bölümünde ESG konusu teorik açıdan detaylı olarak ele alınmıştır. Çalışmanın kalanında, veri seti, metodoloji ve bulgulara değinilerek çalışmanın sonuçları özetlenmiştir.

2.Literatür Taraması

Buallay (2019) çalışmasında, ESG ile bankanın operasyonel (Varlık Getirisi), finansal (Özkaynak Getirisi) ve piyasa performansı (Tobin's Q) arasındaki ilişkiyi araştırılmıştır. Çalışmada 10 yıl boyunca (2007-2016) 235 banka verileri incelenmiştir. Çalışmada bağımsız değişken olarak ESG skoru, bağımlı değişkenler performans göstergeleri (varlık getirisi, öz sermaye getirisi ve Tobin's Q) kullanılmıştır. Sonuç olarak, ESG'nin performans üzerinde önemli bir pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. Benzer olarak, Dalgat (2020) çalışmasında 2013-2016 yıllarında BIST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan banka dışı 35 işletmenin finansal bilgileri kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarının işletmelerin finansal performansına istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulunmuştur.

Duque ve Aguilera (2021) çalışmasında, bir firmanın finansal performansının Latin Amerika'da çok uluslu şirketlerin gelişmekte olan pazarlarında üstün çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) puanlarıyla ilişkili olup olmadığını incelemektedir. Çalışmada 2011 ve 2015 yılları arasında Brezilya, Şili, Kolombiya, Meksika ve Peru'dan 104 çok uluslu şirkete ilişkin verileri analiz etmek için Thomson Reuters Eikon veri tabanından alınan bir veri paneliyle hipotezler geliştirilmiştir ve doğrusal regresyon analizi uygulayarak test edilmiştir. Çalışma sonucunda ESG skorunun finansal performansı negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Johansson vd. (2021) çalışmanın amacı, sürdürülebilirlik (çevresel, sosyal ve yönetim veya ESG) uygulamalarının İskandinav finans endüstrisinin finansal performansı üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışma, İskandinav bölgesindeki (İsveç, Danimarka, Finlandiya ve Norveç)

2015–2019 yılları için toplam 152 firmayı kapsamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre statik ve dinamik tahmin ediciler kullanılarak sürdürülebilirlik uygulamasının finansal performans üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmuştur. ESG uygulamaları ile finansal performans (yatırılan sermaye getirisi, öz sermaye getirisi ve hisse başına kazanç) arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Aydoğmuş vd. (2022) çalışmasında, ESG performansının firma değeri ve karlılık üzerindeki etkisini incelenmektedir. Çalışmanın veri seti 2013'ten 2021'e kadar 1720 firmayı kapsamaktadır. Firma değerini ölçmek için Tobin Q, karlılık için Varlık Getirisi (ROA) kullanılmıştır. Bulgular, genel ESG puanının firma değeri ile pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bireysel sosyal ve yönetim puanları pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahipken, çevre puanı firma değeri ile anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığı belirtilmiştir.

Saygılı vd. (2022) çalışması, ESG uygulamalarının Türkiye'de borsa kote şirketlerde kurumsal finansal performans göstergelerini etkileyip etkilemediğini belirlenmesi hedeflenmiştir. Bulgular, çevresel açıklamaların kurumsal finansal performans üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. ESG'nin sosyal boyutunda, menfaat sahiplerinin kurumların yönetimine katılımı operasyonel verimliliğe yol açmaktadır. Pay sahipliği hakları ve yönetim kurulu ile ilgili hükümler, yönetim boyutunda kurumsal ve sosyal sorumluluğu olumlu yönde etkilemektedir. Benzer olarak, Bruna vd. (2022), ESG performansının finansal performans üzerindeki etkisini araştırmak için yapılan çalışmada gecikmeli panel regresyon modeli kullanılmıştır. 2014 ile 2019 yılları arası gözlemlenen 350 Avrupa borsasına kayıtlı şirketlere ait veriler baz alınması sonucunda, ESG ve finansal performans arasında doğrusal olmayan bir ilişkinin varlığını vurgulanmaktadır.

Ivascu vd. (2022) çalışması, ESG puanının bir firmanın finansal performansını nasıl etkilediğini incelemektedir. Çalışmada 2001-2020 yılları arasında finansal performans ve ESG performansı hakkında 422 firmaya ait 6291 gözlem verilerinden yararlanılmıştır. Veriler panel durağanlık testi ve panel eş bütünleştirme testi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak, finansal performans ölçütleri ile ESG puanları arasında bir eş bütünleşme ilişkisi olduğunu göstermektedir.

3. Çevresel, Sosyal, Yönetişim (ESG) Olgusunun Teorik Çerçevesi

Ulusal ve uluslararası faaliyet gösteren şirketlerin, finansal performanslarını sürdürülebilir hale getirmeye çalışırken, bununla birlikte sosyal, kültürel, etik, çevresel ve kurumsal yönetim/yönetişim konularında

karşılaşacakları veya karşılaştıkları fırsat ve tehditlere ilişkin harekete geçmelerini sağlayacak uygun yönetim planlarını ve uygulamalarını benimsemeleri gerekmektedir. Geleneksel anlamda şirketlerin raporlamaları genellikle finansal işlemlere ve sonuçlara ilişkin olmasına rağmen, günümüzde raporlamanın odağı sadece finansal işlemler ve sonuçlardan oluşmamaktadır. Son yıllarda; yatırımcılar, düzenleyici kurumlar, iş ortakları, ticari paydaşlar, ortaklar ve toplum finansal ve finansal olmayan performans bilgilerini hesap verebilirlik ve sürdürülebilirlik kapsamında daha çok talep göstermeye başlamışlardır. Bunlara ek olarak şirketler, paydaşlar için değer yaratmanın ve bunu sürdürülebilir kılmanın önemini kavramışlardır. Bu önemli noktaların ortak bir sonucu olarak, sürdürülebilirlik raporları yayımlayan halka açık şirket sayısı her geçen gün artmakta olup yakın bir gelecekte sürdürülebilirlik raporları yayımlayan şirket sayısının daha da artacağı beklenmektedir (Rezaee vd., 2019: 1; Guidry ve Paten, 2010: 33,34). Sosyal, ekonomik ve çevresel unsurlar sürdürülebilirlik kavramının asıl noktalarını oluşturmaktadır. Bu noktalara ilaveten finans ve kurumsal yönetim unsurlarını da bünyesine alan daha kapsamlı bir kurumsal sürdürülebilirlik sistemi geliştirilmiştir (Aras vd., 2010:3).

3.1. ESG Kavramı ve Kapsamı

Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (Environmental, Social, and Governance – ESG), bir yatırımın performansı üzerinde önemli etkiler oluşturabilecek çevresel, sosyal ve yönetsimsel uygulamaları ifade eden global bir olgudur. ESG çalışmaları vasıtasıyla, işletmelerin süregelen finansal analizi ile finansal olmayan bilgileri baz alarak getiri ve risk potansiyellerine ilişkin yatırımcılara daha kapsamlı bir değerlendirme süreci yürütebilmelerine katkı sağlamaktadır. 1972 yılında Stockholm’de düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansının ardından yayınlanan bildiride sürdürülebilirlik kavramına ilk kez yer verilmiştir. Brundtland Raporu (1987)’nda ise sürdürülebilirlik kavramı detaylı olarak ele alınmış ve bu kavram “gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılamalarına engel olmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılamak” olarak tanımlanmıştır (Öztel vd., 2018:2).

ESG kavramının küresel çapta yaygınlaşması ile Türkiye’de de hem ESG kavramına hem de ESG temalı yatırımlara uyum süreci hızlanmıştır. Ülkemizde 1995-1998 yıllarında Ulusal Çevre Stratejisi ve Eylem Planı hazırlanması ile sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıktığı belirtilmektedir. 2000’li yıllar itibarıyla sürdürülebilirlik reel sektörde etkin olmaya başlamış, şirketler ve tüketiciler kurumsal yönetim, sosyal ve çevresel faktörleri göz önüne alarak tercihlerine yön vermeye başlamıştır. Bu kriterler yatırım portföyünün çeşitlenmesinde ve karar verme hususunda sermaye piyasalarını da yakından etkilemiştir. Bu konuda Borsa İstanbul ve Ser-

maye Piyasası Kurulu birlikte hareket ederek sürdürülebilirlik ve kurumsal yönetim endeksleri oluşturmuşlardır. Bu kapsamda bazı çalışmalarda sürdürülebilir finans kavramı ele alınmış ve bu kavram toplumun ve müşterilerin faydasını göz önünde bulunduran ESG kriterleri ve yatırım kararları ile bütünleşmiş finansal hizmet anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda, şirketlerin sadece kâr elde etmeye odaklanmaması, toplum içerisindeki diğer tüm faktörleri de göz önünde bulundurarak faaliyetlerini sürdürmeleri gerektiği ifade edilmektedir (Soppe, 2004:53).

Dünya çapında ESG konusundaki gelişmelerin ülkemize ilk yansıması Borsa İstanbul'da gündeme gelmiş olup, borsa bünyesinde 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren BIST sürdürülebilirlik endeksi devreye alınmıştır. Bu endeks ile hedeflenen işlem gören tüm şirketlere yol gösterici olması ve şirketlerin sürdürülebilirlik faaliyetlerine ilişkin bilgileri tüm yararlanıcılara paylaşılmasıdır. BIST sürdürülebilirlik endeksi ile finansal olmayan raporlama konusunda birtakım yenilikler yapılmış ve böylece endekse dâhil olan şirketlerin ESG performansları hakkında bazı bilgiler yatırımcılara güvenilir bir şekilde ulaştırılması hedeflenmiştir. Bir şirketin BIST Sürdürülebilirlik Endeksine dahil olabilmesi için, endeks seçim kriterlerinin eşik değerini aşması gerekmektedir. 2014 yılında hesaplanmaya başlayan endekste, ilk olarak BIST 30 endeksine dâhil olan şirketlerin ESG performansları değerlemeye tutulmuştur. Sonrasında BIST 50 endeksindeki şirketler 2018 yılında değerlemeye alınmış olup BIST 100 veya BIST Sürdürülebilirlik endekslerinde yer alan şirketlerden BIST 50 Endeksinde yer almayanlar gönüllü olarak değerlemeye alınabilmektedir ve değerlendirme hizmeti için ortaya çıkan tüm maliyetler Borsa İstanbul tarafından karşılanmaktadır (BIST,2022).

3.1.1. ESG Skorunun Önemi

ESG kavramı yapılan yatırımlar neticesinde finansal performans üzerinde etkili olan çevresel, sosyal ve yönetsimsel uygulamaları ifade etmektedir. Bu kavram, piyasalarda giderek etkisini göstermeye başlamış ve piyasaların işleyişini etkileyen önemli bir faktör haline gelmiştir. Yatırımcıların ve tüketicilerin sürdürülebilirliğe olan ilgileri gün geçtikçe daha da artmış, firmalar yayınladıkları finansal raporlar ile artan ilgi sonucunda sürdürülebilirlik puanlarını halka açıklamak durumunda kalmışlardır (Unruh,2016:57)

2014 yılından itibaren yayınlanan BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nin en önemli noktası işletmelerin küresel ısınma, doğal kaynakların azalması, hava ve su kirliliği, sağlık, güvenlik ve kalkınma gibi konulara ağırlık vermesinden oluşmaktadır. Sürdürülebilirlik endeksi şirketler için bir rekabet fırsatı yaratmakta ve şirketlerin itibarlarını etkileyeceği düşünülmekte ve bu nedenden kaynaklı olarak şirketlerin sürdürülebilirlik

endeksin ve çevresel faaliyetlere olan ilgisi giderek artacağı belirtilmektedir (Uğur,2021:57). 2014 yılında BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan şirket sayısı 15 iken bu sayı 2022 yılı itibarıyla 63'e ulaşmış durumdadır. Endekste yer alan şirketler düzenli olarak sürdürülebilirlik raporlarını hazırlamakta ve paylaşmaktadır (BIST, 2022).

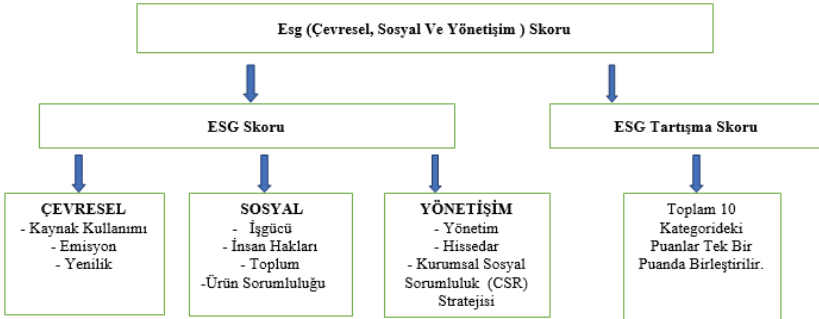
Sürdürülebilirlik raporlarının belirlenen platformlarda açıklanması, şeffaflık ve yatırımcılar arası yanlış tutarsız bilgi akışını önlemek adına önemli rol oynamaktadır. Raporlarda yer alan ve her geçen gün önemi artan ESG skorları, dünya genelinde performans değeri ölçütü olarak önemli bir ölçüt haline gelmiş ve şirketler için oldukça yaygın olarak başvurulmuş sürdürülebilirlik performans göstergesidir. Sürdürülebilirlik raporlarının katkıları; şeffaflık, bilgi asimetrisini minimize etmesi, yönetimin performansında artış sağlaması, yönetim tarafından alınan kararların paylaşımını kolaylaştırması, kurumsal yönetime teşvik etmesi, denetimde bağımsızlığı artırması, yatırımların uzun vadeli ağırlık kazanmasını sağlaması, sermayeye doğrudan ulaşmayı kolaylaştırması, büyüme yaratması, risk ve getiri yönetimine olumlu katkı sağlaması, kurumsal iletişim katkı sağlaması, marka değerine olumlu etki etmesi, diğer firmalarla karşılaştırma yapmayı sağlaması, ESG raporlarının hazırlanmasına vesile olması, paydaş haklarının korunmasına olumlu etki etmesi ve yolsuzluğu önlemesi olarak sıralanmaktadır.

2010 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi, çeşitli ülkelerde faaliyet gösteren 766 şirketin üst düzey yöneticilerini kapsayan bir araştırma yapmış ve araştırmaya katılan işletmeleri kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarına teşvik eden ve yönlendiren faktörler olarak; İşletmenin marka değeri, güven ve itibar sayesinde şirket kârlılığının artması, işletme çalışanlarının motivasyonlarının yükselmesi ile eş zamanlı şirket kâr marjlarının yükselmesi, işletmelerin itibarlarının artmasıyla birlikte nitelikli personel bulmalarının kolaylaşması, küresel yatırım şirketlerinden finansal destek sağlama imkânlarının artması ve son olarak her geçen gün daha bilinçli hale gelen tüketicilerin, sosyal sorumluluk alan işletmeleri tercih etmeleri olarak ifade edilmiştir (Kuşat, 2012:229-230).

3.1.2. ESG Puan Yapısı ve Boyutu

Refinitiv şirketi tarafından hesaplanarak yayımlanan ESG puanları, şirketlerin göreceli ESG performansı ve kapasitesinin şeffaf, kanıta dayalı bir değerlendirmesidir. Hesaplanması aşamasında, sektörel özelliklerin önemliliği ile şirkete dair önyargılar entegre edilerek hesaba katılmaktadır. Kategori puanları üç sütunda ayrı puanlar olarak toplanmaktadır: çevresel, sosyal ve kurumsal yönetimdir. ESG sütun puanı, 'Çevresel' ve 'Sosyal' kategoriler için sektöre göre değişen kategori ağırlıklarının gö-

receli bir toplamıdır. ‘Yönetişim’ sütununda ise ağırlıklar tüm sektörlerde aynı kalmaktadır (Refinitiv,2022).



Şekil 1. ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim) Skoru

Çevresel, sosyal ve yönetim sürdürülebilirlik temelinden oluşan ESG kavramları birbirlerini destekleyen kavramlardır. Yönetişim kavramı etkinlik, verimlilik gibi unsurlarla bir bütün oluşturarak nihai hedefi şirketin kar etmesi iken çevresel sürdürülebilirlik; işletmelerin doğaya zarar vermeden ya da asgari düzeyde zarar verecek şekilde üretimlerini gerçekleştirmelerini, doğal kaynakların gelecek nesilleri için koruma altına alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Son olarak sosyal sürdürülebilirlik kavramı, işletmede bulunan tüm çalışanların çalışma şartlarının ve refah seviyelerinin iyileştirilmesi ve müşterilerinin, toplumun, gelecek nesillere sağlanabilecek yaşam standartlarının dikkate alınmasını ifade etmektedir. ESG skorları hazırlanması aşamasındaki kategorilere ilişkin bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır (Refinitiv, 2022).

Tablo 1 - ESG Skor Kategorileri ve Tanımları

Çevresel	Kategori	Tanımı
	Kaynak Kullanım	Bir şirketin malzeme, enerji veya su kullanımını azaltma ve tedarik zinciri yönetimini iyileştirerek daha eko-verimli çözümler bulma performansını ve kapasitesini yansıtır.
	Emisyon Azaltma	Bir şirketin üretim ve operasyonel süreçlerinde çevresel emisyonları azaltmaya yönelik taahhüdünü ve etkinliğini ölçer.
	Yenilik	Bir şirketin müşterileri için çevresel maliyetleri ve yükleri azaltma ve böylece yeni çevresel teknolojiler ve süreçler veya eko-tasarlanmış ürünler yoluyla yeni pazar fırsatları yaratma kapasitesini yansıtır.
Sosyal	İş Gücü	Bir şirketin iş gücü için iş tatmini, sağlıklı ve güvenli bir iş yeri sağlama çeşitliliği ve fırsat eşitliğini sağlama ve geliştirme fırsatlarını sağlama açısından etkinliğini ölçer.
	İnsan Hakları	Bir şirketin temel insan hakları sözleşmelerine saygı göstermedeki etkinliğini ölçer.
	Topluluk	Şirketin bir vatandaş olma, halk sağlığını koruma ve iş etiğine saygı gösterme taahhüdünü ölçer.
Yönetişim	Ürün Sorumluluğu	Bir şirketin müşterinin sağlıklı ve güvenliğini, bütünlüğünü veri gizliliğini entegre ederek kaliteli mal ve hizmetler üretme kapasitesini yansıtır.
	Yönetim	Bir şirketin kurumsal yönetim ilkelerinin en iyi uygulamalarını takip etme taahhüdünü ve etkinliğini ölçer.
	Hissedar	Bir şirketin hissedarlara eşit muamele ve devralma önleyici araçların kullanımına yönelik etkinliğini ölçer.
	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (CSR) Stratejisi	Bir şirketin ekonomik (finansal), sosyal ve çevresel boyutları günlük karar verme sürecine entegre ettiğini iletme uygulamalarını yansıtır.

3.1.3. ESG Kategori Puanları Hesaplama Metodolojisi

ESG kategori puanını hesaplamak için yüzdelik sıralama puanlama metodolojisi benimsenmekte ve şu üç faktöre dayanmaktadır:

1. Mevcut şirketten daha kötü kaç şirket var?
2. Aynı değere sahip kaç şirket var?

3. Kaç şirketin bir değeri var?

Yüzdelik sıralama puanı sıralamaya dayalıdır ve bu nedenle aykırı değerlere karşı çok hassas değildir (Refinitiv, 2022)

$$\text{Kategori Skoru} = \frac{(\text{Daha Kötü Değerdeki Firma Sayısı} + \text{Aynı Değerdeki Firma Sayısı} / 2)}{\text{Değeri Bulunan Toplam Firma Sayısı}}$$

Her geçen gün önemi giderek artan sürdürülebilirlik raporları ülkemizde bir yasal mevzuata bağlı zorunluluk olmayıp gönüllülük esasına dayanarak hazırlanmakta ve yayımlanmaktadır. Sürdürülebilirlik endeksi, şirketlerin sürdürülebilirlik raporları hazırlamasına teşvik edilmesi ve sürdürülebilirlik performansı yüksek olan şirketlerin sürdürülebilirlik politikalarının yatırımcılara iletilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu durumda ESG skorları yüksek şirketler belirlenebilmekte ve şirketlerin bu gibi olumlu gelişmeler ile gündeme gelmesi yatırımcıların şirketlere bakış açısı için önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik endeksinde yer almak şirketlerin sürdürülebilirlik, kurumsal sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma konularındaki performansları için bir gösterge olarak kullanılabilir.

3.1.4. Benzer Grup/Kategori ve Kıyaslama

Çevresel ve sosyal yönetim puanlarının yanı sıra ihtilaf puanını hesaplamak için, bu konular aynı sektörlerdeki şirketler için daha alakalı ve önemli olduğundan, karşılaştırma ölçütü olarak sektör grup skoru kullanılmaktadır. Yönetişim kategorilerini hesaplamak için, en iyi yönetim uygulamaları daha fazla olduğundan, kuruluşun bulunduğu ülke karşılaştırma ölçütü olarak tercih edilmektedir.

3.1.5. Kategori Ağırlık Hesaplama

Kategori ağırlığının hesaplanmasında, 10 kategorinin tamamının büyüklük ağırlıkları tüm sektör gruplarında toplandıktan sonra her kategorinin büyüklük ağırlığı, kategori ağırlığını elde etmek için ilgili sektör grubunun büyüklük ağırlıklarının toplamına bölünmesi yoluyla formüle edilmektedir.

$$\text{Bir endüstri grubunun kategori ağırlığı} = \frac{\text{Bir kategorinin büyüklük ağırlığı}}{\text{Tüm kategorilerin büyüklüklerinin toplamı}}$$

3.1.6. Genel ESG Puan Hesaplama

Kategori puanları çevresel, sosyal ve yönetim olmak üzere üç sütun puanına toplanmaktadır. ESG sütun puanı, çevresel ve sosyal kategoriler için sektöre göre değişen kategori ağırlıklarının göreceli bir toplamıdır.

Yönetişim için ağırlıklar tüm sektörlerde aynı kalmaktadır. Temel alınan önlemler, karşılaştırılabilirlik, etki, veri kullanılabilirliği ve her endüstri grubuna göre değişen endüstri alaka düzeyi ile ilgili hususlara dayanmaktadır. Bunlar, üç sütun puanını ve şirketin kamuya açık olarak bildirilen bilgilere dayanan ESG performansının, taahhüdünün ve etkinliğinin bir yansıması olan nihai ESG puanını oluşturan 10 kategoriye ayrılmıştır (BIST,2022).

ESG skorunun çevresel, sosyal ve yönetim kapsamı üç temel boyutu bulunmaktadır. Bu temel boyutların toplamda on altı kategorisi vardır. 3 temel ESG Puan hesaplama metodolojisi Tablo 2’de gösterilmiştir. Sütun ağırlıkları 0-100 arasında değişen yüzdelere göre normleştirilir.

Tablo 2 . ESG Skoru Puan Metodolojisi

Puan Aralığı	Tanım	
0-25 Arası	Birinci Çeyrek	Bu aralıktaki puanlar, zayıf göreceli ESG performansını ve materyal ESG verilerinin kamuya açık olarak raporlanmasında yetersiz şeffaflık derecesini gösterir.
25-50 Arası	İkinci Çeyrek	Bu aralıktaki puanlar, tatmin edici göreceli ESG performansını ve materyal ESG verilerinin kamuya açık olarak raporlanmasında orta derecede şeffaflığı gösterir.
50-75 Arası	Üçüncü Çeyrek	Bu aralıktaki puanlar, iyi göreceli ESG performansını ve materyal ESG verilerinin kamuya açık olarak raporlanmasında ortalamanın üzerinde şeffaflık derecesini gösterir.
75-100 Arası	Dördüncü Çeyrek	Bu aralıktaki puan, mükemmel göreceli ESG performansını ve malzeme ESG verilerinin kamuya açık olarak raporlanmasında yüksek derecede şeffaflığı gösterir.

3.2. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi ve Kapsamı

Ülkemizde ve daha çok Borsa İstanbul şirketleri arasında artan sürdürülebilirlik konusundaki bilgi, anlayış ve faaliyetler artmıştır. Bu bağlamda Kurumsal Sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmiş ve bu kavram “şirketlerde uzun vadeli değer yaratmak amacıyla, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleri ile şirket faaliyetlerine ve karar mekanizmalarına uyarlanması ve bu konulardan kaynaklanabilecek risklerin yönetilmesi” olarak tanımlanmıştır. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konularında borsaların riskle-

rine ilişkin politika oluşturmada gerekli bilgiyi sorumlu yatırımcılara iletmek konusunda çok önemli bir konuma sahip olduğu vurgulanmaktadır. ESG skor değerlendirmelerinde yalnızca kamuya açık bilgiler baz alınmakta ve endeks için kullanılan Refinitiv verilerinin maliyeti Borsa İstanbul tarafından finanse edilmektedir (BIST,2022).

Endekste yer alabilmek için şirketlerin,

- Genel sürdürülebilirlik notu 50 veya üzerinde,
- Her bir ana başlık notu 40 veya üzerinde,
- Kategori notlarından en az 8'i 26 veya üzerinde olmalıdır (BIST, 2022).

Refinitiv'in ESG puanları, kamuya açık olarak bildirilen verilere dayanarak bir şirketin göreceli ESG performansını, taahhüdünü ve etkinliğini detaylı bir önceki başlıkta belirtilen 10 ana temada şeffaf ve objektif bir şekilde ölçmek için tasarlanmıştır. Refinitiv 630'dan fazla şirket düzeyinde ESG faaliyetleri dikkate alınmakta ve hesaplanmakta olup bu bilgiler sektör bazında karşılaştırılabilir bir formatta raporlanmaktadır. BIST sürdürülebilirlik endeksi kapsamında çevresel, sosyal ve kurumsal sürdürülebilirlik başlıkları açıklanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

3.2.1. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevre sorunlarının temelinde yatan neden ekonomi ile çevre arasındaki uyumsuzluktur. Firmalar ekonominin kaynağı olarak görülmekte ve bu bakış açısı firmaların çevresel sorunlarda toplumsal baskı altına girmesine neden olmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere doğal sermayeye zarar verecek her türlü etken sürdürülebilirliğin çevresel boyutunu kapsamaktadır. Gerek toplumun gerek işletmelerin bu konudaki hassasiyeti kaynakların duyarlı kullanımına, tasarımdan üretime üretimden dağıtıma ve son olarak tüketime ulaşan bu döngüde çevresel sürdürülebilirliğin dikkate alınmasını vurgulamaktadır (Doğru, 2012:5).

Çevresel sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ile bir bütündür. Şirketler için çevreye olan bağımlılıkları nedeniyle hissedarlar, çalışanlar, müşteriler ve toplum önemli bir paydaş grubunu temsil etmekte ve şirketlerin faaliyetleri çevreyi önemli boyutta etkilediği öngörülmektedir (Prasad vd., 2019:375). Çevresel bütünlük ilkesine göre canlı ve cansız tüm varlıklar birbirleriyle bir bütündür, varlıklarını sürdürebilmek için az ya da çok birbirlerine bağımlılıkları bulunmaktadır. Ekosistemlerin kapasitesinin sınırlı olduğu varsayılmakta ve çevresel tehlikeler arttıkça insan yaşamının temel gereksinimleri olan hava, su ve yiyecek gibi kaynaklar da risk altına girmiş olabileceği düşüncesiyle çevresel sürdürülebilirliğin dikkate alınması vurgulanmaktadır (Bansal, 2005:198).

Çevresel sürdürülebilirlik şirketler için önemlilik arz etmekte ve sürdürülebilirlik konusunda hassas davranmaları gerekmektedir. Çevresel unsurlar işletmelerin stratejik planlarına dahil edilmekte ve işletmeler yeşil bir imajla; “vergi indirimi, çeşitli sübvansiyonlar, marka itibarını ve bilinirliğini arttırma, tüketici güvenini elde etme, pazar payını ve ihracatı arttırma, mevzuata daha iyi uyum sağlama ve yenilikçi kapasitelerinde iyileştirme” konularına planlarında yer vermektedir (Danso vd., 2019:3; Amankwah vd., 2019:79). Daha az maliyet ile çevresel politikaları geliştirmek adına oluşturulmuş sürdürülebilir kalkınma ilkeleri; “Doğal kaynakların kontrolü ve ekosistemi korumak, bilgileri düzenleyerek daha iyi hale getirerek karar almak, yaşam kalitesini arttırmak, küresel ve çevresel bütünlük oluşturmak, geri dönüşüm, kirlletici maddelerin doğaya yayılmasını önlemek, yenilenemez kaynakların yerine yenilenebilir kaynakları kullanmak, uyarıları dikkate almak, değişen durumlara uyum sağlamak yada kayıtsız kalmamak, doğaya saygı duymak” olarak belirtilmektedir (Gedik, 2020:210)

3.2.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sosyal sürdürülebilirlik “sosyal değerlerin, sosyal kimliklerin, sosyal ilişkilerin ve sosyal kurumların gelecekte de devam edebilme derecesi” olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik, toplumun bütünlüğünün ve ortak hedefler doğrultusunda çalışabilme yeteneğinin korunmasını ve sosyal uyumdan sağlık, beslenme, barınma, eğitim ve kültürel kapsama kadar tüm ihtiyaçları karşılamasını gerektirir (Moldan vd., 2012:5).

Sosyal sürdürülebilirlik kavramının vurguladığı diğer konular; sosyal iletişim, kültürel kapsam, uyum içerisinde yaşama, temel hizmetlere ulaşma imkânlarıdır. Sosyal sürdürülebilirlik, kentsel dönüşüm projeleri, tarihsel dokuyu koruma, toplumda ayrım gözetmeksizin sosyalleşme, iş olanağının sağlanması, toplumsal uyumun ve olumlu etkileşimin olduğu daha yaşanılabilir bir ortam oluşturabilecektir (Korkmaz vd., 2019:42). Sosyal sürdürülebilirlik kavramının bilinen en güncel tanımı; topluluklar içinde meydana gelen olumlu koşullar ile meydana gelen bu koşullara ulaşabilecek olan bir süreçtir. Bahsedilen sosyal sürdürülebilirlik tanımı bazı ilkelerden oluşmaktadır. Bunlar; “kilit hizmetlere erişim eşitliğinin sağlanması, kuşaklar arası eşitlik, farklı kültürleri de bünyesine alarak değer veren bir ilişkiler sistemi, vatandaşların, yerel düzeyde siyasi katılım sağlamaları, topluluk olma bilincinin kazanılması, sosyal sürdürülebilirlik bilincini geliştirebilmek için yeni sistem ve düzenlerin oluşturulması, toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için oluşturulan yeni mekanizmalar” olarak belirtilmektedir (Morelli, 2011:3).

3.2.3. Kurumsal Sürdürülebilirlik (Yönetişim)

Yönetişim, çevresel sosyal sürdürülebilirliği olumsuz etkilemeyen ekonomik kalkınma olarak tanımlanmaktadır. Yönetişim kavramının diğer kavramları olumsuz etkilememesi gereğiyle ekonomik artışların doğal ve sosyal sermayenin azalmasına etki edecek olumsuzlukta olmamalıdır. Ekonomik olarak sürdürülebilir işletmeler kategorisine giren işletmeler, garanti nakit akışları ve kârlılığı olan işletmelerdir. Ekonominin ideal ve sürdürülebilir olarak tanımlanabilmesi için, kullanılabilecek en az miktarda kaynak kullanımı ve doğaya zarar ile genel refahın yüksek olmalıdır. Ekonomik anlamda sürdürülebilirlik için doğal kaynakların talebi yenilenebilir kaynak arzından az olması gerekmektedir.

Çok yönlü yönlendirme ve yönetme olarak bilinen yönetim, işletmelerin iç ve dış etkilerinin analiz edilmesinde önemli olan bir kavramdır. Yönetişim kavramı dikkate alındığında sürdürülebilirlik yönetiminin bazı temel noktalara dikkat etmesi gerekmektedir: “işletmelerin finansal performansı, İşletmelerin maddi olmayan duran varlıkları nasıl yönettiğini, işletmelerin ekonomi üzerindeki etkisi, işletmelerin sosyal ve çevresel etkileri ve bunları nasıl yönettiği” şeklinde sıralanmaktadır (Doane ve MacGillivray, 2001:19)

4. Veri Seti ve Değişkenler

Bu araştırmanın veri seti, Borsa İstanbul BİST30 endeksinde işlem gören 21 şirketin 2018-2022 yılları arasına ait yıllık dönemdeki verilerini kapsamaktadır. Endekste yer alan bankalar farklı finansal tablo yapısına sahip olmaları sebebiyle kapsam dışında tutulmuştur. ESG skorlarının yıllık dönemde yayımlanması sebebiyle çalışma yıllık frekansta gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın veri setinde yer alan şirketlere ilişkin finansal verilere Kamuyu Aydınlatma Platformu ve ESG skorlarına ilişkin veriler Refinitiv veri tabanından temin edilmiştir. ESG skorlarının firmaların finansal performansına etkisi olup olmadığını incelemek amacıyla her bir firmanın likidite, karlılık ve borçlanma düzeyleri incelenmiştir. Söz konusu bilgilere ölçümü için dikkate alınan değişkenler Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. *Değişkenler ve Açıklamaları*

Değişken Grubu	Tanım	Kısaltma	Formül	Veri Kaynağı
Bağımlı Değişken	Aktif Karlılığı	ROA	Dönem Net Karı / Aktif Toplamı	KAP Web sitesi
	Tobin Q	TOBİN	(Toplam borç + Piyasa değeri) / Aktif toplamı	KAP Web sitesi

Bağımsız Değişken	ESG Skoru	ESG	3.bölümde detaylı açıklanmıştır.	Refinitiv
	Kaldıraç Oranı	KALDIRAÇ	Toplam borç / Aktif toplamı	KAP Web sitesi
Kontrol Değişkeni	Özkaynak Karlılığı	ROE	Dönem Net Karı / Özkaynak Toplamı	KAP Web sitesi
	Likidite Oranı	LİKİDİTE	Dönen varlıklar / Kısa Vadeli Yükümlülükler	KAP Web sitesi

Değişkenler arasındaki farkların aynı düzeye indirgenmesi amacıyla negatif değerli değişkenler (ROA ve ROE) dışındaki değişkenlerin logaritmaları alınmış ve veri seti analize hazır hale getirilmiştir. Analize dahil edilen serilere dair tanımlayıcı istatistiklere Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4 - Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem	Ortalama	Standart Sapma	Ez az	En çok
TOBINQ	105	1.0624	0.5996	0.1389	3.5223
ROA	105	0.0742	0.0610	-0.0362	0.2823
ESG	105	26.0762	20.0311	1.0000	87.0000
KALDIRAC	105	0.6553	0.2478	0.1103	2.2479
LIKIDITE	105	1.7111	1.7894	0.6498	10.9773
ROE	105	0.2330	0.1768	-0.2747	0.8672

Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde değişkenler arasında ESG skorunun standart sapmasının ve ortalama değerinin yüksek olduğu, ROA değişkeninin ise standart sapmasının düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca ROA ve ROE değişkenlerinin negatif değerlere sahip olduğu gözlenmiştir.

Korelasyon, iki rassal değişken arasındaki doğrusal ilişkinin istatistiksel olarak yönünü ve gücünü belirler. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır (Karan, 2011) Değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5 - Değişkenlerin Korelasyon Değerleri

	TOBINQ	ROA	ESG	KALDIRAC	LIKIDITE	ROE
TOBINQ	1					
ROA	0.1264	1				
ESG	0.0293	-0.1419	1			

KALDIRAC	0.3754	-0.2675	0.4927	1		
LIKIDITE	-0.2669	0.4413	-0.4094	-0.8677	1	
ROE	0.2536	0.6421	0.1529	0.2128	-0.057	1

Tablo 5 incelendiğinde, en yüksek düzeyde korelasyon kaldıraç ile likidite değişkenleri arasında bulunurken ROA ve ROE değişkenleri arasında da yüksek düzeyde varsayılabilecek ilişki bulunmaktadır. Bu durum çalışma kapsamında oluşturulacak modellerin kurgulanmasında dikkate alınmıştır.

5. Metodoloji

Finansal verilerin birbirlerini etkilemeleri genellikle eşanlı olmayıp etkenlerin birbirini izlediği zaman sürecinde ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada BİST30 endeksinde yer alan firmaların ESG skorları ile finansal performansları arasındaki ilişkinin incelenmesinde, değişkenlerin gecikmeli değerlerini açıklayıcı faktör olarak modele katan dinamik panel veri analizi yöntemi tercih edilmiştir. Dinamik panel veri modellerinin tahmininde çok sayıda yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemlerden havuzlanmış en küçük kareler, sabit etkiler modeli ve rassal etkiler modeli ampirik çalışmalara en sık kullanılan tahminci yöntemleri arasında yer almaktadır.

Panel veri analizi, klasik zaman serisi analizine kıyasla bazı avantajlar sunmaktadır. Panel veri analizinin yapısı itibarıyla hem zaman (T) hem de yatay kesit (N) gözlemlerini bir arada dikkate alması nedeniyle daha fazla veri ve daha yüksek serbestlik derecesi ile analiz gerçekleştirmeyi mümkün kılmaktadır. Panel veri yoluyla gözlem sayısının fazlaşması çoklu doğrusal bağıntı sorununu çözümüne yardımcı olmaktadır (Hsiao, 2002). Bunlara ek olarak, panel veri analizinde gözlem sayısının diğer yöntemlerle karşılaştırıldığında daha fazla olması, parametre tahminlerinin daha güvenilir olmasına katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan, panel veri analizi yatay kesitlere için heterojenliği göz önünde tutması, model spesifikasyon hatası nedeniyle meydana gelen sorunların çözümünü sağlaması ve kapsamlı finansal modelleri test edebilmesi panel verinin avantajları arasında yer almaktadır (Baltagi, 2005). Panel veri analizinin sağladığı diğer bir imkan ise dışlanmış değişkenlerin modele katılması ve böylece zaman serisine kıyasla daha büyük ölçekli modeller kurulmasına olanak sağlamaktadır.

Çalışma kapsamında BİST30 endeksinde yer alan firmaların ESG skorları ile finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon matrisi dikkate alınarak 2 farklı model literatür çalışmaları ışığında aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

$$TOBINQ_{i,t} = \alpha + \beta_1 ESG_{i,t} + \beta_2 KALDIRAC_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$ROA_{i,t} = \alpha + \beta_1 ESG_{i,t} + \beta_2 LIKIDITE_{i,t} + \beta_3 TOBINQ_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

Yukarıda yer alan iki modelde de ROA ve ROE değişkenleri dışındaki tüm değişkenler logaritmik formda olup i firmaları, t ise zaman boyutunu temsil etmektedir. Her iki modelde, bağımlı değişken olan ROA ve TOBINQ değişkenleri sırasıyla firmaların aktif karlılığını ve finansal performans kriterini temsil etmektedir. $ESG_{i,t}$ firmaların ESG skorlarını, $KALDIRAC_{i,t}$ borçlanma düzeyini, $LIKIDITE_{i,t}$ borç ödeme düzeyini ifade etmektedir. Yukarıda yer alan modeller, dengeli bir panel veri setine dayalı olarak kurulmuştur. Her iki modelin tahmin edilmesinde ve spesifikasyon testlerinin gerçekleştirilmesinde STATA paket programından yararlanılmıştır.

6. Bulgular

Panel veri analizinde hem birim hem de zaman boyutunu kapsamı sebebiyle modeldeki bağımsız değişkenin bağımlı değişken ne derecede ve hangi yönde etkilediği irdelenirken tahmin katsayılarının hem birim hem de zaman boyutundaki değeri göz önünde tutulmaktadır. Metodoloji bölümünde açıklandığı üzere çok sayıda panel veri tahmin yaklaşımı bulunmakta olup bunlardan klasik model olarak da adlandırılan Havuzlanmış En Küçük Kareler (Pooled OLS), Sabit Etkiler (Fixed Effects) ve Rassal Etkiler (Random Effects) yaklaşımları ampirik çalışmalarda en sık kullanılanlarıdır. Bu yaklaşımlardan hangisi ile modellerin tahmin edileceği konusu literatürde oldukça geniş ölçekte tartışılmaktadır. Çalışmaların büyük bölümünde, panel veri modelleri önce tahmin edilmesi gerektiği sonrasında yapılacak spesifikasyon testleri (değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon) ile hangi yöntemin en optimal yöntem olacağının tespit edilmesi gerektiği belirtilmiştir (Tatoğlu, 2013). Diğer taraftan, bazı çalışmalarda yatay kesit boyutunun (N) zaman (T) boyutundan büyük veya küçük olması durumuna göre uygun tahmincinin belirlenebileceği ifade edilmektedir. Bu kapsamda, çalışma verileri büyük bir kitleden çekilmemiş, kesit birimlerinde bir yığılma söz konusu ve bu birimler aynı özelliklere (homojen) sahip olması durumunda sabit etkiler modeli ile tahmin edilebileceği belirtilmiştir. Buna karşın veriler büyük bir kitleden temin edilmiş ve kesit birimleri farklı özellikleri (heterojen) temsil ediyorsa bu durumda rassal etkiler modeli ile tahmin edilebileceği ifade edilmektedir (Verbeek, 2004).

Panel veri tahmin yaklaşımlarından hangisinin seçileceği konusunda F, Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı (LM), Wooldridge ve Hausman testleri kullanılmaktadır (Tatoğlu, 2013). Çalışmada Havuzlanmış En Küçük Kareler yaklaşımı ile rassal etkiler yaklaşımı arasında seçim yapmak için Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı ile modeller tahmin edilmiş her iki modelde de test olasılık değeri (0,0002 ve 0,0018) sıfır hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmesi sebebiyle rassal etkiler yaklaşımının model tahmininde daha uygun olacağı anlaşılmıştır. Çalışma kapsamındaki modellerin sıklıkla kullanılan diğer iki yaklaşım olan Sabit Etkiler ve Rassal Etkiler yaklaşımları arasında karar vermek için ampirik çalışmalarda sıklıkla kullanılan Hausman testinden yararlanılmıştır. Her iki model için tahmin edilen Hausman test olasılık değeri (0,0032 ve 0,0068) olarak hesaplanması sebebiyle sıfır hipotezi reddedilip alternatif hipotez olan “açıklayıcı değişkenler ile birim etki korelasyonludur” hipotezi kabul dolayısıyla her iki modelin de Sabit Etkiler yaklaşımıyla tahmin edilmesinin tutarlı olacağı bulgusuna ulaşılmıştır.

Çalışma kapsamında kurulan modellerin Sabit Etkiler yaklaşımıyla tahmin edilmesi sonucunda gerçekleştirilen spesifikasyon testleri ile modellerde değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon varsayımlarının sağlanıp sağlanmadığına ilişkin test sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6 - Sabit Etkiler Tahmincisi Spesifikasyon Test Sonuçları

	Model 1	Model 2
Birimler Arası Korelasyon (Pesaran CD Test)	14.36 [0.0000]	11.87 [0.0000]
Değişen Varyans (Wald Testi)	0.014 [0.0000]	0.063 [0.0000]
Otokorelasyon (Wooldridge Testi)	1.630 [0.2164]	1.294 [0.1685]

Köşeli parantez ile belirtilmiş değerler testlerin olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 6’daki spesifikasyon test sonuçları incelendiğinde, sabit etkiler yaklaşımı ile oluşturulan model denkleminde değişen varyans ve birimler arası korelasyon sorunu olduğu otokorelasyon sorunu olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada tahmin edilen her iki araştırma modelinde değişen varyans ve birimler arası korelasyon sorunu ile karşılaşılması sebebiyle Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi kullanılarak standart hatalar düzeltilmiş ve nihai bulgular doğrultusunda ilişkiler yorumlanmıştır. Çalışmadaki

modellerin Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi ile regresyon analizi sonuçları Tablo 7’de görülmektedir.

Tablo 7 - Driscoll-Kraay Dirençli Tahmincisi (Sabit Etkiler)

DEĞİŞKEN	MODEL 1 TOBİNQ	MODEL 2 ROA
ESG	-0.235** (-2.31)	0.064** (2.52)
KALDIRAÇ	0.993*** (7.50)	
ROA	0.007 (0.02)	
LIKIDİTE		0.133** (2.15)
TOBİNQ		0.031 (0.73)
SABİT TERİM	0.477** (3.59)	-0.021 (-0.64)
F Testi	465.90***	14.01***
R ²	0.2087	0.1343
N	105	105

Parantez ile belirtilmiş değerler t istatistiği katsayılarıdır.

*** %5 önem seviyesinde ($p < 0.05$) anlamlılığı belirtmektedir.*

**** %1 önem seviyesinde ($p < 0.01$) anlamlılığı belirtmektedir.*

Tablo 7’de verilen Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi sonuçlarına göre, iki modelde de F-testi değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olması kurulan model kalıplarının analiz için uygun olduğunu göstermektedir. Modellerin belirlilik katsayısı olan R² değeri sırasıyla %20,87 ve %13,43 olarak bulunmuş olup, bu değer modeldeki bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin ne kadarlık kısmını açıkladığını göstermektedir. İlk modelde, firmaların ESG skorunun TOBİNQ ile ölçülen finansal performans üzerinde negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilirken; firmaların borçlanma düzeyi ile TOBİNQ ile ölçülen finansal performans üzerinde pozitif yönde ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. İkinci modelde hem ESG skorunun hem de LİKİDİTE değişkenlerinin ROA ile ölçülen finansal performans üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ve işaretçilerinin ise pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan her iki modelde

de kontrol değişkeni olarak değişimli olarak modellere katılan TOBİNQ ve ROA değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmektedir. Bu durum aktif karlılığını TOBİNQ ile ölçülen finansal performans üzerinde bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Modellerin dirençli tahmini ile elde edilen bulgular literatürdeki çalışmalarla kıyaslandığında, Duque ve Aguilera (2021) ve Johansson, Akter ve Rahi (2021) çalışmalarında ESG skorunun TOBİNQ ile ölçülen finansal performans üzerinde negatif yönde ilişki tespit edilmesi çalışmamızı desteklemektedir. Diğer taraftan, Buallay (2019) çalışmasında da benzer şekilde ilişki tespit edilmiş ancak ilişkinin yönü çalışmamızdan farklı olarak pozitif olduğu belirtilmiştir. Diğer taraftan, Aydoğmuş vd. (2022) ve Bruna vd. (2022) çalışmaları, çalışma bulgularımızdan farklı olarak genel ESG skoru dışında alt başlıklar bazında farklı sonuçlara ulaşılabileceği belirtilmiştir. Şüphesiz her çalışmanın veri seti yapısı ve kullanılan tahminci yöntemi bulguları farklılaştırabilmektedir.

Sonuç

Dünya çapında özellikle 2000’li yıllarda yoğun olarak etkisini gösteren küresel ısınma ve paralelinde iklim değişikliği birçok politika yapıcı ve işletme yöneticisinin dikkate alması gereken önemli bir risk faktörüdür. Uluslararası düzeyde yayımlanan çok sayıda raporda, çevre kaynaklarının tükenebilir olması dikkate alınması gerektiği, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını risk altına sokmamak amacıyla çevresel, biyolojik ve sosyal açıdan bütün kaynakların korunması ve sürdürülebilir kılınması gerekmektedir. Zarar verildiğinde tekrar özgün haline geri dönüşümü mümkün olmayan doğal kaynakların kullanımı noktasında, tüm şirketlerin sürdürülebilirlik yaklaşımı odaklı hareket etmesi gerektiği söz konusu raporlarda sıklıkla ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, uluslararası alanda faaliyet gösteren birçok şirket söz konusu gelişmeler ışığında ESG çalışmaları yürütmekte ve buna ilişkin gelişmeleri raporlamaktadır.

ESG kavramının şirketler açısından zamanla artan önemi sebebiyle bu çalışmada ESG skorunun finansal performans üzerinde etkisi olup olmadığı sorusu üzerinde durulmuştur. Türkiye’nin en büyük ölçekli şirketlerini temsil etmesi sebebiyle seçilen BİST30 endeksi kapsamındaki şirketlerin 2018-2022 yılları arası verileri analize tabi tutulmuştur. Endekste yer alan bankaların farklı yapıda mali tabloları olması sebebiyle analiz dışı tutulması neticesinde endekste yer alan 21 şirket ile analiz gerçekleştirilmiştir. Söz konusu ilişkinin incelenmesinde, literatür ışığında değişkenlerin değişen varyans ve birimler arası korelasyonlu olması sebebiyle çalışmada bu varsayımları dikkate alan Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi tercih edilmiştir.

Modellerin analiz edilmesi neticesinde elde edilen bulguları değerlendirdiğinde, ESG skorunun TOBİNQ ile ölçülen finansal performans üzerinde negatif yönde anlamlı bir ilişkisi bulunurken; firmaların borçlanma düzeyi ile TOBİNQ arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışma bu bulgular açısından Grisales (2021) ve Johansson, Akter ve Rahi (2021) çalışmaları ile benzer bulgulara sahiptir. Diğer taraftan test edilen ikinci modelde, ESG skorunun ROA ile temsil edilen finansal performans üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca LİKİDİTE değişkeninin finansal performans üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular birlikte değerlendirildiğinde, ESG skoru ile finansal performans arasında bir ilişki söz konusu olduğu çalışmanın kısıtları dahilinde söylenebilir. Son olarak, ESG skorlarının hesaplanma metodolojisinde teorik kısımda belirtilen bazı detaylar sebebiyle farklılık ve bu çalışmanın sınırlı dönemde veri ile gerçekleştirilmesi çalışmayı sınırlandırmıştır. Ancak ilerleyen süreçte daha büyük bir örneklem yapısı ve farklı ülkeler ölçeğinde karşılaştırmalı yeni çalışmalar yapılmasının literatüre önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Acar, M. (2003). Tarımsal işletmelerde finansal performans analizi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20, 21-37. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/66413>
- Akarçay, Ç. (2014). Sürdürülebilirlik Muhasebesi Standartları Kurulu-Sustainability Accounting Standards Board. Öneri Dergisi, 11(42), 1-11. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruoneri/issue/17903/187868>
- Amankwah-Amoah, J., Danso, A., ve Adomako, S. (2019). Entrepreneurial orientation, environmental sustainability and new venture performance: Does stakeholder integration matter? Business Strategy and the Environment, 28(1), 79-87. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1002/bse.2191>
- Aras, G., Aybars, A., ve Kutlu, O. (2010). Managing corporate performance: Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. International Journal of productivity and Performance management. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1108/17410401011023573>
- Aydoğmuş, M. Gülay, G. ve Ergun, K. (2022). ESG Performansının Firma Değeri ve Karlılığı Üzerindeki Etkisi. Borsa İstanbul İnceleme. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006>
- Baltagi, B. H. (2005), Econometric Analysis of Panel Data (2. Edition), John Wiley & Sons Ltd., New York.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. Strategic management journal, 26(3), 197-218. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Borsa İstanbul A.Ş. Erişim Adresi: <https://borsaistanbul.com/tr> Erişim Tarihi: 30.11.2022
- Bruna, M. G. Loprevite, S. Raucci, D. Ricca, B. ve Rupo, D. (2022). Investigating the marginal impact of ESG results on corporate financial performance. Finance Research Letters, 47, 102828. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102828>
- Buallay, A. (2018). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. Management of Environmental Quality, 30(1), 98-115. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149>
- Danso, D., Chow, J., ve Streif, W. R. (2019). Plastics: environmental and biotechnological perspectives on microbial degradation. Applied and environmental microbiology, 85(19), e01095-19. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1128/AEM.01095-19>
- Dinçer, M. A. M., ve Özdemir, Y. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Eşbiçimlilik: On Büyük Türk Holdingi Üzerine Vaka Çalış-

ması. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 31-66.

Doane, D., ve MacGillivray, A. (2001). Economic sustainability: The business of staying in business. New Economics Foundation, R&D report, 1-52. Erişim Adresi: https://www.mdpi.com/journal/sustainability/sections/management_aspects_of_sustainability

Doğru, G. (2012). Kurumsal sürdürülebilirlikte stratejik insan kaynakları yönetiminin rolü Yayınlanmamış Doktora Tezi, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Duque-Grisales, E., Aguilera-Caracuel, J. Environmental, Social and Governance (ESG) Scores and Financial Performance of Multilatinas: Moderating Effects of Geographic International Diversification and Financial Slack. J Bus Ethics 168, 315–334. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04177-w>

Gedik, Y. (2020). Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma. Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, 3(3), 196-215. Erişim Adresi: [Gedik,2020-Google Akademik](https://doi.org/10.1007/s10551-019-04177-w)

Gençoğlu, Ü. G. ve Aytaç, A. (2016). Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Entegre Raporlamanın Önemi ve BIST Uygulamaları. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (72), 51-66. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.25095/mufad.396719>

Hsiao, C., (2002), Analysis of Panel Data (2. Edition), Cambridge University Press, New York.

Ivascu, L. Domil, A. Sarfraz, M. Bogdan, O. Burca, V. ve Pavel, C. (2022). New insights into corporate sustainability, environmental management and corporate financial performance in European Union: an application of VAR and Granger causality approach. Environmental Science and Pollution Research, 29 (55), 82827-82843. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1007/s11356-022-21642-8>

KAP Erişim Adresi:<https://www.kap.org.tr/> Erişim Tarihi: 15.12.2022

Karan, M. B. (2011). Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi. Gazi Kitabevi.

Korkmaz, C., Arat, M. A., & Serdaroğlu Sağ, N. (2019). Kentsel Dönüşüm Projelerinde Sosyal Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesi: Yeni Mamak Kentsel Dönüşüm ve Gelişim Projesi. Erişim Adresi : <https://hdl.handle.net/20.500.13091/2547>

Kuşat, N. (2012). Sürdürülebilir işletmeler için kurumsal sürdürülebilirlik ve içsel unsurları. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2), 227-242.

- Moldan, B., Janoušková, S., ve Hák, T. (2012). How To Understand And Measure Environmental Sustainability: Indicators and targets. *Ecological Indicators*, 17, 4-13.
- <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2011.04.033>. Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A Definition For Environmental Professionals. *Journal Of Environmental Sustainability*, 1(1), 2-9.
- Munir, A., Khan, F. U., Usman, M., ve Khuram, S. (2019). Relationship between Corporate Governance, Corporate Sustainability and Financial Performance. *Pakistan Journal of Commerce & Social Sciences*, 13(4), 915-933.
- Oyak Yatırım. Erişim Adresi: <https://www.oyakyatirim.com.tr/piyasa-verileri/XUSRD> Erişim Tarihi: 03.12.2022
- Önce, S. Onay, A.ve Yeşilçelebi, G. (2015). Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Türkiye'deki Durum. *Journal of Economics Finance And Accounting*, 2(2): 230- 252.
- Öztel, A., Aydın, B., ve Köse, M. S. (2018). Entropi tabanlı TOPSIS yöntemi ile enerji sektöründe kurumsal sürdürülebilirlik performansının ölçümü: Akenerji örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(24), 1-24.
- Prasad, M., Mishra, T., ve Bapat, V. (2019). Corporate Social Responsibility And Environmental Sustainability: Evidence From India Using Energy Intensity As An Indicator Of Environmental Sustainability. *IIMB Management Review*, 31(4), 374-384. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2019.07.014>
- Rahi, A.F, Akter. R. ve Johansson, J. (2021). Do sustainability practices influence financial performance? Evidence from the Nordic financial industry. *Accounting Research Journal*, 35(2), 292-314. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.08.011>
- Refinitiv Erişim Adresi: <https://www.refinitiv.com/en> Erişim Tarihi: 10.11.2022
- Rezaee, Z., & Tuo, L. (2019). Are The Quantity And Quality Of Sustainability Disclosures Associated With The Innate And Discretionary Earnings Quality? *Journal of Business Ethics*, 155(3), 763-786. Erişim Adresi :<https://doi.org/10.1007/s10551-017-3546-y>
- S&P Global Erişim Adresi: <https://www.spglobal.com/esg> Erişim Tarihi: 11.11.2022
- Sak, A.F. ve Dalgat, H. (2020). Kurumsal Sürdürülebilirliğin Firmaların Finansal Performansına Etkisi: BIST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksindeki Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (85), 173-186.
- Saygili, E., Arslan, S., ve Birkan, A. O. (2022). ESG Practices And Corporate Financial Performance: Evidence From Borsa Istanbul. *Borsa Istanbul*

bul Review, 22(3), 525-533. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.07.001>

Sevim, U. (2021). *İşletmelerin Çevresel Yatırım Harcamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksi Üzerine Bir Araştırma*. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 7 (1), 55-67. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.30855/gjeb.2021.7.1.004>

Soppe, A. (2004). Sustainable corporate finance. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 213-224.

Tatoğlu, F. Y. (2013), *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı* (2. Baskı), Beta Yayıncılık, İstanbul.

Uğur, N. G., ve Dinçer, F. F. İ. Avrupa Birliği Turizm Politikalarının Türk Turizmine Etkilerinin Çevre ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Analizi: Marmara Denizi Müsilaj Sorunu. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8(1), 48-61. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.46442/intjess.1067853>

Unruh, G., Kiron, D., Kruschwitz, N., Reeves, M., Rubel, H., ve Zum Felde, A. M. (2016). Investing for a sustainable future: Investors care more about sustainability than many executives believe. *MIT Sloan Management Review*, 57(4).

Uygurtürk, H., Ve Korkmaz, T. (2012). Finansal Performansın TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 95-115.

Verbeek, M. (2004). *A guide to modern econometrics*. (2th ed). West Sussex: John Wiley ve Sons Ltd.

“

Bölüm 16

ÖRGÜTLERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN SAĞLANMASINDA DİJİTAL ZİHNİYETİN ÖNEMİ

Olgun Irmak ÇETİN¹

”

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Trakya Üniversitesi, Gümrük İşletme, oirmakcetin@trakya.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-2534-944X

GİRİŞ

Çalışanları teşvik etmek, gelecek inovasyon olanaklarını görebilmek, dijital vizyon oluşturabilmek ve doğru soruları sorabilmek için dijital dönüşümün dilini öğrenmek gerekmektedir [1]. Dijitalleşme, yalnızca teknolojiden ibaret değildir. Sürdürülebilirliği sağlamak için dijital, işin tüm yönlerinde, modelinde, süreçlerinde, müşteri deneyiminde, çalışanlarında, organizasyonel yeteneklerinde ve yapısında değer yaratmayı amaçlayan bir iş yapma biçimine dönüşmelidir. Buradan yola çıkarak, dijital olgunluğu bir kuruluşun giderek dijitalleşen bir ortamda uyum sağlamak ve rekabet etmek için kendini hazırlaması şeklinde tanımlamak mümkündür [2]. Dolayısıyla dijitalleşme, teknolojilerin uygulanmasının çok ötesine geçmekte; şirketin stratejisini, işgücünü, kültürünü ve yapısını dijital beklentileri karşılamak için uyumlaşmasını kapsamaktadır. Bütüncül bir bakış açısıyla bakıldığında dijital dönüşüm, bir kuruluşun müşteri deneyimini ve iş performansını temelden değiştirmek için teknolojiyi, insanları ve süreçleri kullanımına ilişkin radikal değişimleri ve sürekli yenilenmeyi kapsayan süreç olarak tanımlanabilir [3].

Farklı bir tanımda ise Davenport and Redman [4], dijital dönüşümün farklı vizyonları birleştiren ve tüm kurumu kapsayan sürekli bir süreç olduğunu vurgulamıştır. Dolayısıyla, dijital dönüşüme liderlik edebilmek için, kuruma kritik bir kabiliyet olan çeviklik kazandırmak gerekmektedir (Şekil 1).



Şekil 1 Dijital dönüşüm kabiliyetleri

Şekil incelendiğinde, dönüşüm sürecinin, dışsal dürtülere verilen geçici bir tepki olmaktan ziyade kurumun asli parçası haline geldiği anlaşılabacaktır. Mevcut kurumsal bağlamın belirli bir özelliği olarak dijitalleşme

hakkında Puthiyamadam [5] tarafından yöneticilerin enerjilerini yapay zeka, makine öğrenimi ve nesnelerin internetine yönlendirdiği belirtilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde, dijital dönüşüm ve dijital zihniyet hakkında bilgiler verilmiştir. Dijital dönüşüm açıklanırken, örgütlerde meydana gelen dönüşüm sürecine vurgu yapılacaktır. Dijital zihniyet ise farklı yazarlar tarafından gerek bilimsel gerek magazinsel olarak değerlendirildiğinden bu çalışmada her iki bakış açısı da verilecektir.

Dijital Dönüşüm

Yazılım uygulamaları, kullanıcılara giderek daha karmaşık özellikler ve içerikler sunmaktadır. Bu karmaşıklığa rağmen, yetenekli yazılımcılardan yararlanmasını bilen yeni kullanıcılar, sezgisel olarak programları anlayabilecek evrim geçirmektedir. Bu evrim, iş dünyasında da karşılık bulmaktadır.

Değişen iş dünyası, işçi-işveren ilişkisine dair yeni bir anlayış gerektirmektedir (Sart & Yıldız, 2022). Çalışan-işveren ilişkilerini etkileyen bağlamsal faktörler, endüstri 4.0'ın getirdiği hızlandırılmış teknolojik gelişmeler ve küresel salgın olarak değerlendirilebilir (Bandeira, Araújo, Godoy, & de Barros Neto, 2022). Endüstriler ve çalışanları, yapay zeka ve makine öğrenimi, Nesnelerin İnterneti, robotik, analitik ve büyük veri gibi kavramları içeren yeni dijital çalışma düzeni oluşmaktadır (Costa, 2021). Yeni düzen, daha fazla esnekliği benimseyen geleneksel organizasyonlara kıyasla giderek daha fazla dijital bir zihniyet sergilemektedir (Javaid, Haileem, Singh, Suman, & Gonzalez, 2022).

Dijital dönüşüm zorunlu olarak zihinsel bir tutum ve yönetim modelleri, insanlar ve organizasyon hakkında farklı bir düşünme biçimi anlamına gelmektedir. Dijitalleşme mevcut rekabetin kurallarını yeniden yazmakta ve uyum sağlayamayan işletmeler yoğun rekabet ortamında ayakta kalamamaktadır. Wade, Avagyan, Stehli, and Vivier (2018), Dijital İş Dönüşümünü, “performansı artırmak için dijital teknolojilerin ve iş modellerinin kullanılması yoluyla organizasyonel değişim” olarak tanımlanmaktadır.

Dijital Dönüşüm, işletmelerin, yeni teknolojileri ve yeni çalışma yöntemlerini uygulayarak değer üretme biçimlerini modernize etmelerini tanımlar (Lessiak, 2020). Düşük maliyetli veri sensörleri ve bilgi işlem gücü, yapay zeka, nesnelerin interneti ve robotik gibi teknolojik gelişmeler, ilerleyen yıllarda iş süreçlerinin otomatikleşmesini sağlayacaktır. Dijital dönüşüm, yalnızca yeni teknoloji değil, yeni çalışma biçimleri ge-

rektiren bir süreçtir. Birçok işletme için dijital dönüşümün en zor kısmı kıt kaynaklara veya teknolojik bilgi birikimine sahip olmak değil, zihniyetin değişimi önündeki dirençtir (Danoesastro, Freeland, & Reichert, 2017).

Sağlıklı bir dijital dönüşüm için işletmeler şu iki hususa dikkat etmelidir (Danoesastro et al., 2017).

Yeniliklere açık olmak.	Kendilerini başarılı bir şekilde dönüştüren şirketler genellikle daha geniş dijital, yenilikçi ve mobil ekosistemlere katılırlar.
	Kuruluşun ötesindeki gelişmelerden yararlanırlar ve dışarıdakilerin kendi ürün ve hizmet paketlerini geliştirmelerine izin verirler.
Portföy İnşaati.	Anlaşma yapma, ortak olma ve risk alma açısından, dijital dönüşümler önemli fırsatlar sunmaktadır.
	İşletmeler onlarca farklı yaklaşımı, yatırımı ve ortaklığı değerlendirmeli; birkaç tanesine pilotluk yapmalıdır.

Dijital dönüşümün yol haritası

Şekilden de görüleceği üzere, işletmeler, dijital dönüşüm için yenilikleri dikkatle takip etmeli ve farklı sektörler ve işletmeler ile ortak projeler geliştirmelidir.

Reichert (2019), uzun vadede rekabetçi kalmak isteyen örgütlerin, aşağıdaki temel alanlara başarılı bir şekilde adapte olmasının ve dijital dönüşümlerini gerçekleştirmesinin gerektiğini belirtmiştir (Şekil 3).

Operasyonların Dijitalleştirilmesi ve Süreç Otomasyonu

- Üretim faaliyetleri, süreçleri, teknoloji, veriler, yönetim ve işletim yapıları, uçtan uca otomatik hale getirilmeli ve dijital olarak yönetilmelidir.

Veri ve İleri Teknoloji Yönetimi

- Veri bir varlık haline gelmekte ve yapay zekayı öğrenmek ve dahil etmek temel bir yetenek haline gelmektedir. Veri ve veri yönetimi rekabet avantajı olarak görülmelidir.

Müşteri İlişkisini Dijitalleştirme

- Müşteri deneyimini dönüştürmek ve müşteriye değer zincirine entegre etmek için dijital çözümler kullanılmalıdır.

Dijital Yetenek ve Organizasyon Oluşturma

- Otomasyon, yapay zeka ve diğer teknolojiler organizasyonun operasyonlarında yer aldıkça, çalışanlara ve organizasyona yönelik yeni gereksinimler ortaya çıkacaktır. Dijital Zihniyet içeren bir kültür sahip olunmalıdır

Şekil 3 Dijital dönüşüm için tavsiyeler

Şekilde dijital dönüşüm için önerilen tavsiyeler, işletmenin tüm süreçlerini kapsayacak şekilde düzenlenmiştir.

Diğer herhangi bir değişim girişimi gibi, dijital dönüşüm de sıklıkla dirençle karşılaşır ve erken yanlış adımlar kaçınılmazdır. Dijital değişim sürecini yönetmek için örgütlerin şu iki hususa dikkat etmesi gerekmektedir (Neeley & Leonardi, 2022).

- Çalışanları yeni bir dijital organizasyon kültürü için hazırlamak
- Sistem-süreç tasarımı yapmak ve uyumlu hale getirmek.

Dijital dönüşüm için önemli görevler üstlenmesi gereken işletme fonksiyonlarından biri insan kaynaklarıdır. İnsan kaynakları yönetiminin iş süreçleri etrafında yeni teknoloji ve Uygulamaları benimseyerek lider durumda değişimi taşıması gerekmektedir. Ayrıca, çalışanlara yeni teknolojileri benimseme aşamasında destek vermeli, çalışanların teknolojiyle ilişkisini analiz etmelidir. Bunun yanı sıra örgütün Dijital dönüşümünde şeffaflık ve güven kültürünü desteklemelidir (Kasen & Sallee, 2022).

İşletmeler, dijital dönüşümü gerçekleştirmek için şu adımları izleyebilir.

- Hedefleri iş hedefleriyle hizalamak.
- BT ve işletmeyi birlikte ele almak
- Stratejik ortaklar seçmek
- İşi ve ürünleri müşteri sonuçlarına göre yeniden tasarlamak
- Çalışanları dijital ortamda yeniden eğitmek

Dijital Zihniyet

Mehrtens, (2018)'den aktaran Lessiak (2020), “Dijitalleşme kafada başlar” demiştir. Lessiak’a göre Başarılı bir dijital dönüşüm için, dijitalleşmenin bir yük veya mevcut bir yönetim eğilimi yerine bir fırsat olarak tanınması için çalışanın zihniyetini geliştirmek önemlidir. Dijital Zihniyet açıklığı, yeni teknolojilere ilgiyi, çalışan modelleri, süreçleri ve statükoya meydan okumayı ve yeni yaklaşımlar denemeyi varsayar.

Dijital teknolojiler, insanların yaşam kalitesini çeşitli alanlarda etkilemektedir: aile, iş, arkadaşlık, özsaygı, boş zaman ve finansal güvenlik. Dijital dönüşüm bağlamında, “dijital zihniyet” terimi, dijitalleşmiş bir örgütte başarılı olmak için dijital zihniyete sahip olmanın önemine vurgu yapan uygulayıcılar tarafından son yıllarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Kane, Phillips, Copulsky, & Andrus, 2019).

Dijital zihniyet, bir veya daha fazla kişi veya grup tarafından sahip olunan ve bu kişi veya gruplar içinde önceki davranışları, seçimleri veya araçları benimsemeye veya kabul etmeye devam etmek için güçlü bir teşvik yaratacak kadar yerleşik olan bir dizi varsayım, yöntem veya gösterim olarak tanımlanmaktadır (Patary, 2016).

Scheller'den (2017) aktaran Lessiak (2020), dijital zihniyetin, en son teknolojilere karşı açık ve meraklı bir tutuma dayanan davranışsal özelliklerin toplamı olarak tanımlanabileceğini belirtmiştir. Dijitalleşmiş süreçlerin, yaşamı, işi ve iletişimi nasıl ve ne şekilde etkilediğine dair temel anlayışı “dijital öncelikli” bir tutumu içermektedir.

Dijital zihniyet, bireylerin ve kuruluşların dijital çağın olanaklarını görmelerini, bu olanakları daha derin kişisel ve daha fazla mesleki tatmin için kullanmalarını ve daha insan merkezli, amaç odaklı ve bağlantılı işyerleri tasarlamalarını sağlayan bir dizi davranışsal ve tutumsal yaklaşımdan oluşmaktadır (Chattopadhyay, 2016).

İnsanların ve örgütlerin teknolojiyi işe dahil etme ve ondan değer elde etme olasılıklarını öngörmelerini sağlayan bir dizi tutum ve davranıştır (Kamath, 2019).

Dijital zihniyet, dijitalleşmiş bir toplumda yaşamaktan dolayı oluşan ve dijital ortamda başarılı olmak için birey tarafından tanınan ve kullanılan bir dizi zihinsel bilgi ve deneyim yapısıdır (Benke, 2013).

Tanımlardan anlaşılacağı üzere ortak nokta, dijitalleşmeyi bir fırsat olarak görme ve iş süreçlerine, yaşam rutinine olumlu bir şekilde entegre etmek üzerine yoğunlaşmalıdır.

Dijital dönüşümlerini başarıyla uygulayan kuruluşlar hem dijital bir varlık hem de dijital bir eylemden oluşan dijital bir zihniyete sahip kişiler tarafından yönetilmektedirler. Büyüme zihniyeti, sabit zihniyetten ayrı olması gerekmektedir: Sabit zihniyet tanıdık olana tutunur ve dönüşüm arayışına girmez. Buna karşılık, büyüme zihniyeti, başarısızlık ve hata korkusu olmadan öğrenmek için denemeler yapmaya, zorluklar aramaya motive olur. Çevikliğin özellikleriyle örtüşen bu büyüme zihniyeti, dijital zihniyeti de karakterize etmektedir.

Dijital bir zihniyet daha sonra çapraz fonksiyonel işbirliğini destekleyen, hiyerarşileri düzleştiren ve yeni fikirlerin üretilmesini teşvik eden ortamlar yaratan kişiler arası davranışlara dönüşür. İş dünyasında kurumsal liderlik perspektifinden bakıldığında, dijital bir zihniyet geliştirmek müşterilere ve değer sunumuna, sürekli iyileştirmeye ve veriye dayalı karar vermeye odaklanmaktadır.

Bilgi açısından, dijital zihniyet, teknolojilerle çalışma, çevik metodolojiler, yapay zeka, sanal gerçeklik, büyük veri, analitik, web geliştirme, bulut bilişim ve diğerleri hakkında teknik bilgi öğrenme ve uygulama kolaylığı anlamına gelmektedir. Ready, Cohen, Kiron ve Pring (2020), her dijital liderin kendi kuruluşunda uygulaması ve teşvik etmesi gereken dört tür zihniyet tanımlamaktadır:

Üretici	•Yeni dijital araçlar ve inovasyon yoluyla sonuç üretmeyi vurgular. •Güçlü yürütme becerilerine ve teknik bilgiye sahiptir.
Yatırımcı	•Liderin, işletmenin sürdürülebilir kalkınmasını mümkün kılacak eylemlerde bulunmasını sağlar. •Kurumsal performans ve bunun uzun vadedeki faydaları.
Bağlayıcı	•İlişki kurma, ağ oluşturma ve yaratıcı işbirliğine odaklanır. •Güven ilişkileri ve aidiyet duygusu oluşturur.
Kâşif	•Yeni teknolojileri kullanmaya ve konfor alanından çıkmaya açıklığı kapsar. •Dijital duyarlılık ve açık fikirlilikle ilgili bir deneysellik, merak ve risk toleransı duygusu getirir.

Şekil 4 Dijital liderin uygulamaları

Şekil incelendiğinde işletmeler için en büyük zorluğun, dijital dönüşümü bu mercekler aracılığıyla incelemenin bir vizyoner kimlik ile mümkün olacağı anlaşılmaktadır. Esasında önemli olan, dönüşümün ve daha da önemlisi kuruluşun sürekli evrilme kabiliyetinin sürdürülebilir olmasının ancak bu yeni dijital zihniyete sahip liderliğin kazanılması ve geliştirilmesiyle mümkün olabileceğini anlamaktır.

Dijital zihniyet, genel olarak, dijital dönüşümün etkisini vurgulayan ve bunu çeşitli şekillerde destekleyen bir kurum kültürü olarak anlaşılmaktadır (Solberg, Traavik, & Wong, 2020). İş literatüründe ‘dijital’ temasının popülerliğine rağmen, terimin konusu hala tanımlanmayı beklemektedir. 2017 yılında yapılan Global Digital IQ araştırmasına göre tanımlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir [23]. Dijital, teknoloji inovasyonu ile ilgili tüm faaliyetleri ifade eder.

- Dijital, Bilişim Teknolojileri ile eş anlamlıdır.
- Dijital, müşteriye yönelik tüm teknoloji faaliyetlerini ifade eder.
- Dijital, teknolojiyi işimizin tüm bölümlerine entegre etmek için yapılan yatırımlardır
- Dijital, sadece teknolojinin ötesine geçerek sürekli yenilikçiliği, düz karar almayı ve teknolojinin işin tüm aşamalarına entegrasyonunu benimsemektir.
- Dijital, tüm veri ve analitik faaliyetlerini ifade eder

Dijital Zihniyetin Özellikleri

Dijital zihniyet, özellikleri bakımından farklı yazarlar tarafından farklı olarak ele alınmıştır. Lessiak (2020), İngiltere, Avusturya, İspanya ve Almanya’da Siemens firmasında Dijital Dönüşüm ve Dijital Zihniyet konularında 10 uzman ile görüşmüştür. Yaptığı çalışmadan derlemiş olduğu 26 adet Dijital zihniyet niteliğini literatüre kazandırmıştır. Bunlar, Büyüme Zihniyeti, Çeşitliliği Kucaklamak, Global yaklaşım, Merak, Çevik Yönelim, Bilgi Paylaşımı, Veri Odaklı Kararlar, Müşteri Odaklılık, İşbirlikçi, Olumlu Tutum, Yıkıcı Düşünme, Hız, Güven ve Güçlendirme, Yaratıcılık, Dijital Araç Okuryazarlığı, Proaktiflik, Eleştiriyle Başa Çıkma, Başarısızlık Kültürü, Belirsizlikle Başa Çıkma, Yeni Teknolojilere Açıklık, Risk Alma, Hiyerarşileri Azaltma, Önce Dijital, Yenilikçilik, Eleştirel Meydan Okuma, Sahiplik ve Sorumluluk’tur.

Chattopadhyay (201) ise dijital zihniyeti 7 nitelik ile ele almıştır. Bunlar, Bolluk Zihniyeti, Büyüme Zihniyeti, Çevik Yaklaşım, Belirsizliğe Karşı Rahatlık, Kaşifin Zihni, İşbirlikçi Yaklaşım, Çeşitliliği Kucaklamak. Chattopadhyay’ın mistik varoluşçuluk ile harmanladığı dijital

zihniyete ait özellikler, ispatı mümkün olmadığı ve ispatlanmadığı için akademik alan yazında karşılık bulamamaktadır.

Dijital Zihniyet Boyutları

Lessiak (2020) tarafından geliştirilen 26 nitelik ve bunların açıklamaları incelendiğinde, bazı niteliklerin birbiriyle ilişkili olabileceği ve dolayısıyla beş genel Dijital Zihniyet boyutunda (kişisel gelişimle ilgili, işbirliğiyle ilgili, çevik çalışma yöntemleriyle ilgili, teknolojiyle ilgili ve müşteriyle ilgili) kümelenebileceği tespit edilmiştir (Şekil 5).

Kişisel Gelişim Odaklılık

- Bu boyutta, "Büyüme Zihniyeti" kavramına ilişkin temel özellikler özetlenmektedir.
- Büyüme Zihniyeti, bir kişinin sürekli öğrenmeye istekli olduğunu ve dolayısıyla yeni zorlukları kucaklamak, engellere rağmen sebat etmek, çabayı ustalığa giden bir yol olarak görmek ve başkalarının başarılarından ve eleştirilerinden bir şeyler öğrenmek için geliştiğini varsayar.
- Bu kümeye ayrıca Merak, Pozitif Temel Tutum ve Başarısızlık Kültürü nitelikleri de eklenerek dijital teknolojiyi kişisel düzeyde benimseme ve sahiplenmeye yönelik kişisel gelişim yönelimi boyutu tamamlanmaktadır.

Açıklık ve Diğerleriyle İşbirliği

- Bu boyut açıklık, kapsayıcılık ve diğerleriyle alışverişe odaklanmaktadır.
- Ayrıca, çeşitliliği kucaklama, dijital ve dijital olmayan araçları kullanarak paylaşma ve işbirliği yapma, şeffaflığı teşvik etme, sınırları ve engelleri aşma ve güvenilir, güçlendirici bir ortam yaratma gibi özellikler atanabilir.

İlerici Çalışma Yöntemlerinin Benimsenmesi

- Bu boyut, çeviklik ve tasarım odaklı düşünme metodolojisinin yönlerini de içeren proaktiflik, katılım, itici güç, yıkıcılık ve yeni çalışma yöntemlerine yönelik nitelikleri içermektedir.

Teknoloji ve Veri Vurgusu

- Bu boyut, "önce dijital" zorunluluğunun içselleştirilmesiyle ortaya çıkan tüm özellikleri özetlemektedir.
- Bu, yeni dijital çözümlere açıklığı, dijital teknolojiyi günlük iş süreçlerine ve yaşam rutinine dahil etme isteğini kapsamaktadır.
- Aynı zamanda yapay zeka, robotlar, nesnelerin interneti ve diğerleri gibi dijital teknoloji kavramlarını öğrenmek ve anlamak ve bunlar aracılığıyla yeni olasılıkları ilişkilendirmekle ilgilidir.
- Ayrıca, veri ve veri işlemeyi karar vermede bir temel olarak kullanmakla ilgilidir.

Müşteri Merkezilik

- Bu boyut, müşterilere yönelik katı yönelimi ve dijital teknoloji aracılığıyla etki ve değer yaratmayı tanımlamaktadır.
- Müşteri Odaklılık, iş fırsatlarının sürekli olarak aranmasını ve tanımlanmasını, müşteri deneyimini iyileştirmek için dijital çözümlerin nasıl uygulanacağını, müşteri süreçlerinin nasıl entegre edileceğini ve otomatikleştirileceğini ve müşterilerin tasarım ve geliştirme döngülerine yakından dahil edilmesini içerir.

Şekil 5 Dijital Zihniyet boyutları

Dijital Zihniyetin Şekil 5'te ayrıntılı olarak açıklanan beş boyutuna dayanarak Dijital Zihniyet ile ilgili bir tanım formüle etmek mümkündür. Dijital Zihniyet, şu özellikleri içeren bir dizi tutum ve davranıştır.

- Yeni teknolojileri benimseme konusunda öğrenme isteği ve merakı içeren bir büyüme tutumu,

- Dijital araçları etkin bir şekilde kullanarak başkalarına karşı işbirlikçi ve kapsayıcı bir yaklaşım
- Çevik ilkeleri uygulayan, ilerici, risk alan, yıkıcı ve sahiplenme odaklı bir çalışma yaklaşımı
- Veriye dayalı karar verme de dahil olmak üzere dijital teknolojiyi iş ve yaşamın tüm yönlerine etkili bir şekilde dahil eden dijital bir ilk tutum
- Dijital teknolojilerin uygulanmasıyla müşteri değeri, deneyimi ve entegrasyonuna yönelik bir yönelim

LİTERATÜR TARAMASI

Dijital zihniyet ve dijital dönüşüm alanlarında çeşitli veri tabanları kullanılarak arama gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasında, veri tabanlarının kayıtlarında en az 1 atıf alan yayınlar sıralamaya dahil edilmiştir. Literatür taraması Publish or Perish programı ile gerçekleştirilmiştir. Veri tabanlarının arama kutucuğuna “digital mindset”, “digital transformation” ve (“digital mindset” and “digital transformation”) yazılarak sadece çalışma başlığında yer alacak şekilde arama gerçekleştirilmiştir. Arama İngilizce dilinde yapılan çalışmalar için gerçekleştirilmiştir. En yüksek atıf sayısına sahip ilk 200 çalışma ayrıntılı analize tabi tutulmuştur.

Buna göre yapılan literatür taraması Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1 Literatür taraması

Veri tabanı	Dijital zihniyet				Dijital dönüşüm				Dijital dönüşüm ve dijital zihniyet
	Makale	Kitap	Bildiri	Toplam	Makale	Kitap	Bildiri	Toplam	
EBSCO	18	5	7	30	12.458	6.871	5.251	24.580	2
Open Alex	5	4		9	9.878	1.377	6.135	17.390	0
Google A.	28	11	10	49	11.233	5.634	12.429	29.296	3
Web of Science	1	0	0	1	5.894	3.692	680	10.266	0
Scopus	6	0	1	7	9.871	1.894	7.592	19.357	0
Crossref	11	24	4	39	8.367	3.452	1.305	13.124	0

Tabloya göre, her veri tabanında hem dijital zihniyet hem de dijital dönüşüm konu başlığında çalışma yapıldığı görülmektedir. “digital mindset” and “digital transformation” aramasına ilişkin Google Akademik veri tabanında 3; EBSCO veri tabanında 2 çalışma bulunmuştur (Tablo 2).

Veri tabanı	Çalışma	Yazar	Yıl	Tür
EBSCO	Achieving a Digital Mindset, Digital Transformation	Ritu Agarwal	2020	Magazin dergisi
	Digital Enterprise Show Awards the Best Journalistic Work on Digital Transformation in the European Digital Mindset Awards	Digital Enterprise Show	2018	TV programı
Google Akademik	Being Digital: Why Addressing Culture and Creating a Digital Mindset are Critical to Successful Transformation	John Forsythe, Jason Rafoth	2022	Rapor
	Authentic leadership and employee agility in the context of a digital transformation: the roles of employees' fixed digital mindset and affective commitment to change	Kine Marie	2020	Yüksek Lisans Tezi
	The Digital Mindset as a prerequisite for successful Digital Transformation: Definition, Attributes and Approach for Measurement.	Christof Lessiak	2020	Bildiri

EBSCO veri tabanında bulunan çalışmalardan biri akademik olmayan bir magazin dergisinde yapılan mülakata ilişkindir. Diğer çalışma ise bir televizyon programında konu başlıklarının bir arada ele alınmasına ilişkindir. Google Akademik veri tabanında bulunan çalışmalardan bir tanesi rapor, bir tanesi yüksek lisans tezi ve bir tanesi de bildiri şeklinde hazırlanmıştır. Çalışmaların içeriğine ilişkin analizlere aşağıda yer verilmiştir.

- **Being Digital: Why Addressing Culture and Creating a Digital Mindset are Critical to Successful Transformation**

Çalışma, John Forsythe tarafından 2022 yılında Deloitte firmasına ait raporun INSIGHT dergisinde yayınlanmış halidir. Çalışmada dijital kavramı tanımlanmış, örneklerle açıklanmıştır. Dijital dönüşüme giden yol haritası çizilmiştir. Ayrıca, dijital dönüşüm için gerekli olan dijital zihniyet kavramı üzerinde durulmuş ve dijital zihniyete ulaşmayı sağlayacak yol haritası sunulmuştur. Bunun yanı sıra dijital kültüre değinilmiş ve işletmelerin, dijital kültürde nerede olduklarını gösteren bir şema çizilmiştir.

Çalışma, akademik anlamda önem atfetmemesine rağmen, dijital dönüşüm ve dijital zihniyeti birlikte işleyen en derli toplu çalışmalardan biri olma özelliği göstermektedir. Çalışmaya henüz hiçbir atıf yapılmamış olması, çalışmanın yeni yayınlanmasındandır.

- **Authentic Leadership and Employee Agility in the Context of Digital Transformation: The Roles of Employees' Fixed Digital Mindset and Affective Commitment To Change**

Çalışma, Norveç/Norwegian Business School'da Kine Marie tarafından 2020 yılında yazılan bir yüksek lisans tezidir. Tezin danışmanlığını Sut I Wong üstlenmiştir. Wong, Norwegian Business School'da İletişim ve Kültür Bölüm Başkanı olarak Prof. Dr. olarak görev yapmaktadır. Marie, tezinde öncelikle literatür taraması yapmış, ardından metodoloji kısmında anket çalışması gerçekleştirmiştir. Online düzenlediği ankete 225 katılım-

cı iştirak etmiştir. Katılımcılar tamamen anonim olarak soruları cevaplamıştır. Otantik liderlik, değişime olan duygusal bağlılık, çalışan çevikliği ve çalışan dijital zihniyeti değişkenleri arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu ilişkide değişime olan duygusal bağlılık değişkeni düzenleyici; çalışanların dijital zihniyeti aracı değişken olarak değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda dijital zihniyet değişkeninin otantik liderlik ve değişime olan duygusal bağlılık değişkenleri arasında aracı etkisi olmadığı anlaşılmıştır.

Çalışma dijital değişim ve dijital zihniyet kavramlarını tek çatı altında ele alan ilk tez olma özelliğinden dolayı literatüre katkısı önemlidir.

• **The Digital Mindset as a prerequisite for successful Digital Transformation: Definition, Attributes and Approach for Measurement.**

Çalışma bir tv programının yayın akışında dijital değişim ve dijital zihniyet kavramlarının işlenmesi neticesinde değer kazanmıştır.

SONUÇ

Yeni teknolojik ve beceriler öğrenmek, dijital dönüşüm için çok önemli olmasına rağmen yeterli olamamaktadır. Bu amaçla, çalışanlar, yeni fırsatlar yaratmak için becerilerini kullanma konusunda motive edilmelidir. Çünkü her çalışanın dijital zihniyete ihtiyacı vardır. Psikologlar tarafından zihniyet, dünyanın nasıl algılandığı, hissedildiği ve davranışları nasıl şekillendirdiğine ilişkin düşünce ve dünyaya yönelme yolu olarak tanımlanmaktadır. Dijital zihniyet ise, insanların ve kuruluşların verilerin, algoritmaların ve yapay zekanın nasıl yeni olasılıklar açtığını görmelerini ve veri yoğun ve akıllı teknolojilerin giderek daha fazla hakim olduğu bir iş ortamında başarıya giden yolu çizmelerini sağlayan bir dizi tutum ve davranış olarak değerlendirilmektedir. Dijital zihniyet geliştirmek emek yoğun çalışmayı gerektiren ancak bu çabaya değen süreçlerdir. Başarılı bir dijital dönüşüm, işletmeye yeni bir ekipman getirmekten veya karmaşık bir yazılım satın almaktan çok daha fazlasını kazandıracaktır.

İş dünyasının ve toplumun dijitalleşmesi, liderler adına daha fazla şeffaflık, açıklık ve dayanıklılık çağrılarını yol açtı. Bunun sonucu olarak işletmelerin dijital dönüşüm yolculuğu, kurum içinde dijital dönüşümün ne olduğuna dair net bir tanım ve anlayışa sahip olunması ile başlamaktadır. Dijital dönüşüm örneklerinin çokluğuna rağmen, tüm kuruluşlar beklenen sonuçları elde edememektedir. Çoğu zaman üst yönetim böyle bir sürecin gerçekte ne anlama geldiğini anlamamıştır. Bu gibi durumlarda, kuruluşun yönü ve dijitalleşmenin etkileri konusunda uyum ve ortak vizyon eksikliği yaşanmakta, bu da yanlış yönlendirilmiş, kısa vadeli eylemlere ve düşük performansa neden olmaktadır.

Dijital çağda verimlilik, insanları ve teknolojiyi sorunsuz bir şekilde bir araya getirmekle ilgilidir. Teknoloji, bireysel yaşamın ötesine geçerek işletmelerin kendilerini dönüştürme şeklini yeniden şekillendirmektedir. Ürün ve hizmetlerin dijitalleşmesinden iş süreçlerinin yürütülme biçimine kadar işletmelerin dönüşümü kaçınılmazdır. Dijital zihniyet, dijital dönüşümde sadece sürecin bir parçası olarak görülmemeli, aynı zamanda sürdürülebilir şekilde başarılı bir dijital dönüşümün temelini oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, işletmelerde dijital dönüşüm sürecine etki eden dijital zihniyet kavramı işlenmiştir. Literatürde saha önce bu iki kavramın birlikte ele alındığı başka bir çalışma olmadığı için, bu çalışma önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Çalışmanın kısıtları, konunun yeni olması ve akademik alan yazının henüz oluşmamasından dolayı kaynak temininde zorluklar yaşanmıştır.

Gelecek çalışmalarda yazarlar, dijital dönüşüme etki eden dijital zihniyete ulaşmak için nicel ve nitel analiz yöntemlerinden yararlanarak ilişkilere ağırlık verebilirler. Devlet ve özel sektörde dijital zihniyeti çalışmak konunun genellenebilmesi açısından önemli olacaktır.

KAYNAKLAR

- Agarwal, R. (2020). Achieving a Digital Mindset: Digital transformation relies on leaders, not technology. *BizEd*, 19(1), 20.
- Bandeira, B. L. B., Araújo, C. E. D., Godoy, J. W. B., & de Barros Neto, J. P. (2022). The COVID-19 Pandemic and How Brazilian Organizations Faced Its Challenges: From Remote Employee Behavior to Innovation Using Agile Management. In *Handbook of Research on Digital Innovation and Networking in Post-COVID-19 Organizations* (pp. 324-343): IGI Global.
- Benke, V. (2013). The Digital Mindset. *AAIBORG UNIVERSITY*, 1-66.
- Chattopadhyay, S. (2016). 7 characteristics of a digital mindset. Retrieved from <https://www.peoplesmatters.in/article/hr-technology/7-characteristics-digital-mindset-12980>
- Costa, S. (2021). New Psychological Contracts, Old Breaches? In M. Coetzee & A. Deas (Eds.), *Redefining the Psychological Contract in the Digital Era* (pp. 111-127): Research and Practice.
- Curran, C., Garrett, D., & Puthiyamadam, T. (2017). Global Digital IQ. Retrieved from <https://www.pwc.com/ee/et/publications/pub/pwc-digital-iq-report.pdf>
- Danoesastro, M., Freeland, G., & Reichert, T. (2017). A CEO's Guide to Leading Digital Transformation. Retrieved from <https://www.bcg.com/publications/2017/digital-transformation-digital-organization-ceo-guide-to-digital-transformation>
- Davenport, T. H., & Redman, T. C. (2020). Digital transformation comes down to talent in 4 key areas. *Harvard Business Review*, 21.
- Hinds, P. (Producer). (2019, 03.12.2022). Digital Transformation. *Stanford Webinar*.
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., Suman, R., & Gonzalez, E. S. (2022). Understanding the adoption of Industry 4.0 technologies in improving environmental sustainability. *Sustainable Operations and Computers*.
- Kamath, S. (2019). *What is a digital mindset and why is it important*. Retrieved from <https://knolskape.com/blog/what-is-a-digital-mindset-and-why-is-it-important/>
- Kane, G. C., Palmer, D., & Phillips, A. N. (2017). *Achieving digital maturity*. Retrieved from
- Kane, G. C., Phillips, A. N., Copulsky, J., & Andrus, G. (2019). How digital leadership is (n't) different. *MIT Sloan Management Review*, 60(3), 34-39.
- Kasen, B., & Sallee, A. (2022). HR Must Lead With A "Digital Mindset" In 2023: Key competencies for HR practitioners of the future. *HR Strategy & Planning Excellence*, 10(10), 16-18. Retrieved from <https://>

discovery.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=5194cde9-9b80-3593-904c-9e57c5c30c17

- Lessiak, C. (2020). *The Digital Mindset as a prerequisite for successful Digital Transformation: Definition, Attributes and Approach for Measurement*. Paper presented at the Workshop specifického výzkumu 2020.
- Neeley, T., & Leonardi, P. (2022). Developing a Digital Mindset. *Harvard Business Review*, 100(5-6), 50-55. Retrieved from <https://discovery.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=d74141c3-3005-3b4a-b513-39df32bcdd77>
- Patary, L. C. (2016). Mindset ? How about Agile Mindset? Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/mindset-agile-chandan-lal-patary-pmp-csm-cs-sgb/>
- Puthiyamadam, T. (2017). How the meaning of digital transformation has evolved. *Harvard Business Review*, 29.
- Reichert, T. (2019). Digital Transformation. Retrieved from <https://www.bcg.com/capabilities/digital-technology-data/digital-transformation/overview>
- Sart, G., & Yildiz, O. (2022). Digitalism and Jobs of the Future. In *Digital Transformation and Internationalization Strategies in Organizations* (pp. 1-20): IGI Global.
- Solberg, E., Traavik, L. E., & Wong, S. I. (2020). Digital mindsets: Recognizing and leveraging individual beliefs for digital transformation. *California Management Review*, 62(4), 105-124.
- Wade, M. R., Avagyan, K., Stehli, S., & Vivier, F. (2018). Digital business transformation. *International Institute for Management Development*, 7(18).

“

Bölüm 17

MEKÂNSAL İMGE: KEVİN LYNCH

Özge ÜNVER DİRLİK¹

”

¹ Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Yönetim Bilimleri ABD, Kınıklı Yerleşkesi, Denizli/Türkiye. E-posta: ounver@pau.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7061-4823>

1. Giriş

Kentler, içinde yaşayan insanların özelliklerine, kenti algılamalarına ve gerçekleştirdikleri eylemlerin sonucuna göre çeşitli anlamlar kazanmakta (Fainstein ve Campbell, 1996) ve her toplumun mekânsal pratiği kendi kentsel alanını yaratmaktadır (Lefebvre, 2014). Dolayısıyla kentler içinde yaşayan insanlar tarafından dönüştürülürken, insanlar da kentler tarafından dönüştürülmektedir. İnsanların yaşadıkları kenti nasıl algıladığı bu dönüşümde etkilidir; kentin algılanış biçimi, kent ve kent yaşamı hatta orada yaşayanlar hakkında bilgi verebilir.

İnsan-çevre etkileşiminin en fazla gerçekleştiği yerler olan kentler; insanın kendine göre öğeler seçtiği, bu öğeleri zihninde örgütlediği ve bunları yaparken geçmiş deneyimlerinden etkilendiği yerleşim yerleridir. O kentin hissettirdikleri, kentte kullanılan alanlar, kentte güven hissinin varlığı/yokluğu, kentin olumlu-olumsuz yönleri, kent algısını etkilemektedir.

Algı; dışarıdan gelen uyarıların zihinsel olarak yorumlanmasıdır (Bakan ve Kefe, 2012). Çevredeki uyaranlara anlam verme süreci olan algı anında zihin, duyu verilerini örgütleyip yorumlamakta (Arkonaç, 1998); anlam verme sürecinde ise toplumsal; kültürel; bireysel kodların da etkisiyle içinde bulunulan durumdan beklentiye göre değerler yaratmaktadır (Cüceloğlu, 2019). İnsanın neleri algılayacağını geçmişi; geçmişte yaşadığı olumlu/olumsuz tecrübeler şekillendirmektedir ve algı, bireysel, kültürel, psikolojik vb. pek çok değişkene bağlıdır; kişilik, kökler, zevkler, tercihler, psikoloji, ilgi alanları, vb. algıyı etkilemektedir (Göregenli, 2005). Dolayısıyla aynı olay karşısında bireylerin algısı birbirinden farklı olabilmektedir. Benzer şekilde aynı mekânda yaşayan aynı çevreyi paylaşan insanların da algısı farklılaşabilmektedir.

Kent algısı, insanın yaşadığı kenti zihninde yorumlaması; anlamlandırmasıdır. Algı gibi öznel; gerisinde çoklu duygular barındırır ve pek çok değişkene bağlı olarak farklılaşır (Ünver Dirlik, 2021). İnsanların yaşadıkları yeri nasıl algıladıklarının anlaşılması; kentin zayıf/güçlü yönlerinin tespit edilmesine ve olumlu algı yaratmaya yardımcı olur. Olumlu algı, yaşanan yer ile kurulan bağı kuvvetlendirir. Kentin algılanmasında etkili olan faktörlerin anlaşılmasında algı kuramları yardımcı olmaktadır.

Algı kuramları; insanların yaşadıkları mekânı nasıl algıladıkları, algıda etkili olan faktörleri açıklamaya çalışmaktadır. Algı kuramlarından mekânsal algıya ilişkin imajı, beş öge üzerinden açıklayan K. Lynch, bu beş ögenin kentin anlaşılmasında kolaylaştırıcı etkisi olduğunu ifade etmektedir; bireysel imgelerin yanında kentte yaşayanların çoğunluğunun zihninde oluşturduğu kent imajını belirlemenin, kentlerin planlamasında önemli olduğunun üzerinde durmaktadır (Lynch, 2014).

Kevin Lynch'in kente bakışını hem kentli hem de kentin öğeleri üzerinden ele alan bu çalışma, dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım algı ve kent algısının tanımının yapıldığı, ikinci kısım algıyı etkileyen faktörlerin ve çevre algı karakteristiklerinin açıklandığı, üçüncü kısım ise algı kuramları ve Kevin Lynch'in kent imajı üzerinde durulduğu bölümdür.

2. Algı ve Kent Algısı

Algı; duyu verilerini bir araya getirip yorumlama; çevredeki objeleri ve gelişen olayları anlamlandırma süreci; algılama ise insanın etkileşim içinde olduğu çevreden gelen uyarıcı etkileri duyu organlarıyla hissetmesi ve kavramasına ilişkin zihinsel bir olgudur (Aydın, 1986). Algı; bireysel, kültürel, psikolojik değişkenlere bağlıdır ve bu süreçler, insanların algılamasını etkiler.

İnsanlar, yaşadıkları çevreden yararlanabilmek, ona uyum sağlayabilmek ya da onu kendisine uydurabilmek için o çevreyi tanımalı ve anlamalıdır. Bu durum, çevreden bilgiler alınmasıyla gerçekleşir. Algı, bu bilgilerin yorumlanıp değerlendirilmesi; duyu organlarının taşıdığı duysal verilerin örgütlenip yorumlanması ve anlamlandırılmasıdır (Norberg-Schulz, 1971; Akkaya, 2019). Algılama karmaşık bir süreçtir. Algılama anında beklentiler; geçmiş; tecrübeler; duygular; içinde bulunulan toplumun sosyal ve kültürel değerleri devreye girer. Beyin bunların tamamını dikkate alır (Cüceloğlu, 2019). İnsanın içinde bulunduğu durum, neyi algılayacağını belirler; tecrübeler, duygular, geçmiş ise nelerin algılanacağını şekillendirir. Kent algısı da benzer biçimde geçmişten, duygulardan ve deneyimlerden etkilenmektedir.

Kent algısı, kente dair tutumlar; kente dair tutumlar ise kentin kendine has özellikleri ve sosyal/psikolojik faktörler ile yakından ilgilidir. Kent algısı, kentin kimlik öğeleri, yolları, sokakları, iklimi; kentin hangi bölgesinde oturulduğu, kentsel yaşam kalitesi; kentin sunduğu sosyal/kültürel yaşam koşulları, ekonomik imkânlar; öğretiler, alışkanlıklar, inanç, duyu durumları gibi pek çok faktörün süzgecinden geçerek oluşur. Küçük yaşlarda oluşan kent algısı zaman içinde; insanların kentte vakit geçirdikleri yerlere, kullandıkları yollara, oyun oynadıkları sokaklara, yaşadıkları evlere, duyu durumlarına, vb. bağlı olarak değişiklik gösterir ve kentte yaşayan bireylerin kenti algılayış şekli, birbirinden farklılaşır. Kentin olumlu algılanması, kentin sevilmesini, kentle bağ kurulmasını, kente karşı sahiplenme duygusunun oluşmasını/güçlenmesini sağlarken, olumsuz algılama kente aidiyeti engeller/zayıflatır. Bu bağlamda algıyı etkileyen faktörlerden bahsetmek mümkündür.

3. Algıyı Etkileyen Faktörler

Algısal seçimi etkileyen iki faktör bulunmaktadır. Bunlar; algılanan uyarıcı ve algılayanla ilgili özelliklerdir. Algılayan için değişiklik gösteren uyarıcı dikkat çekicidir. Bir duyu organı aynı uyarıcıya uzun süre maruz kalırsa, bir zaman sonra algılayan için o uyarıcı, dikkat çekiciliğini yitirir. Reklamların hareketli olması buna örnek olarak gösterilebilir. Aynı hareketin tekrarlanması ilk başta dikkat çekici gelirken daha sonra bu tekrar dikkat çekmez olur; uyarıcıya uyum oluşur ancak algısal uyum oluşmadan önce tekrar edilen uyarıcı tümüyle algılanır. Algılayan, uyarıcıda değişiklik olduğu anda bunu fark eder; algılanan uyarıcı dikkat çekici olur. Uyarıcı ne kadar büyükse; hareketliyse; renkliyse algılayan için o kadar dikkat çekicidir.

Bununla birlikte algılayan insanla ilgili özellikler; insanın içinde bulunduğu duruma dair beklentileri; ilgileri; inanç ve değerleri; kişilik, etnik köken, o anda içinde bulunulan ruh hali gibi faktörler algılayanın algısal seçimini etkiler. Doğum günü olan bir çocuğun ailesinin ona sürpriz yapmasını beklemesi; bir müzisyenin sokakta yürürken müzik sesini duyması, aynı sokakta yürüyen mimarın evlerin yapılarına dikkat etmesi; dindar birinin bir konuşmanın dinle ilgili kısımlarına dikkat etmesi algısal seçimi etkileyen faktörlere örnek gösterilebilir (Cüceloğlu, 2019). Tüm bu faktörler nesnel çevre ile algılanan çevre arasında farklılıklar oluşturmada ve bu bağlamda, insanların yaşadıkları çevrede tatmin duygusunun oluşmasını sağlayacak kentsel çevre unsurlarının varlığı, algıyı farklılaştırmaktadır. Algıyı farklılaştıran çevre unsurlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Özbek'ten aktaran Beyazlı, 2005).

Katılım; Kentin algılanabilmesi için, kentlinin kente katılması gerekir; kentin içinde olması gerekir. Kentlinin katılımı, kentin sunduğu kendine has değerlerle cezbedici olduğu noktada ve gönüllü gerçekleşir.

Vücut; Kentin algılanabilmesinde, kolaylık; anlaşılabilirlik; hareket kabiliyetinin kısıtlanmaması etkilidir. Kentli rahat hareket ettiği kentlerde tatmin olur ve algısı kuvvetlenir.

Oyun; Kentli kente dair işaretlerle; öğlelerle algıladığının arkasında-
kini anlamaya çalışır. Hareketlerini bu doğrultuda seçerek kendini güvende hissetmek istemeye çalışır.

Kaybolma; Kentlilerin kendilerini yaşadıkları kentte güvende hissetmeleri önemlidir. Güvenli kentler, insanları psikolojik açıdan tatmin eder.

Eylem; Kentlilerin yaşadıkları kentlerde, sunulan imkânlarla ulaşma derecesi algıyı etkiler. Kentlerin sunduğu eğitim, sağlık, ekonomik, dinlenme, sosyal-kültürel vb. pek çok imkân bulunmaktadır. Bu faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânlara ulaşımın kolay olması, algıyı olumlu etkiler.

İnsanın kentte yaşamını sürdürmesindeki temel etken çevreyi algılamasıdır. Kentte yaşayan insanlar yaşadıkları çevreyi algılayarak; tanıyarak; duyularla hissederek ve kente anlamlar yükleyerek seçim yaparlar, karar verirler (Rappaport, 1987). Bu çerçevede önemli olan, insanların yaşadıkları çevreyi/kenti nasıl algıladığını anlamaktır. Anlama çabaları algılama sistemini açıklamayı, insan-çevre etkileşiminin temellerini ortaya çıkarmayı ve insanın çevreyi nasıl algıladığını anlamayı amaçlayan (Bilgin vd., 1991; Göregenli, 2005) kuramlara ihtiyaç doğurmuştur.

4. Algı Kuramları ve Kevin Lynch

Algı kuramları, bilgiye ve duyuma dayalı kuramlar olmak üzere iki görüş etrafında toplanmaktadır. Bilgiye dayalı kuramlar algının duyular yoluyla zaman içinde kazanıldığını, duyuma dayalı kuramlar ise algının doğuştan geldiğini açıklamaktadır (Lang, 1980).

J. Gibson ve E. Gibson bilgiye dayalı algı kuramlarının öncü temsilcileridir ve algıyı literal ve şematik olmak üzere iki ayrı düzeyde irdelemektedirler.

- Literal algı; nesnel algıdır. Mimari biçimin temel fiziksel özelliklerine dayanır (Gibson, 1954).

- Şematik algı ise; literal algıdan kaynaklanan, kişiden kişiye farklılaşan algı düzeyidir (Ertürk, 1984).

Literal algı, algılayan için genel özelliklere sahip nesnel dünyanın algısıyken, şematik algı; bireye fayda sağlayan, onun için anlamlı nesnelerin algılanmasıdır. Bu kuram görsel algı ve hareket üzerine odaklanır, nesnenin niteliksel özellikleri ile ilgilenir (Gibson, 1954). Sabit bir çevre, hareket ve duyularla algılanır; algılama ise çevreyi deneyimlemeyi sağlar. Böylece yaşanan yere ait biçimsel ve nesnel özellikler hafızaya kaydedilir; yaşanan yerde ne zamandır bulunulduğu; kalış süresi; yaşanan yerin nasıl kullanıldığı; kullanım alışkanlıkları; yaşanan yerin insanda hissettirdikleri; tecrübeler, anılar; yeri anlamlı hale getirir ve bu süreç, öznedir.

İnsanın çevreyi algılamasıyla ilgili çalışmalar, 1960'lara kadar, insan doğal çevre ve insanın doğal çevreyi öğrenmesinin ilkelerini belirleyebilme doğrultusunda sürmüştür. İnsanın yaşam çevresini öğrenmesi ve kodlamasıyla ilgili tespitler ise insanların yön bulması üzerine biçimlendirilmiştir (Lynch, 2014). 1960 yılında K. Lynch'in çevre algısıyla ilgili yaptığı çalışmalar, insanın yaşadığı çevreyi nasıl algıladığıyla ilgili ilk önemli yaklaşım olarak kabul edilmiş, zaman içinde çevre algısı farklı bilim dallarının perspektifinden çalışılan konulardan biri haline gelmiştir.

Çevre algısı kuramları içinde mekânsal imge terimini ilk olarak kullanan K. Lynch, üç Amerikan kentinde (Boston, Jersey City, Los Angeles) yaptığı araştırmalar neticesinde kentin görsel niteliğini kentlilerin zihinsel imgesine dayandırarak incelemiştir. K. Lynch, kent algısı ve çevre imgesiyle ilgili yaptığı tanımlara çevre ve çevreyi algılayanla ilgili betimlemelerle ulaşmış ve çalışmalarını algılanabilir somut nesnelerin etkisiyle sınırlandırmıştır. İmge çevreyi algılayan (kentli) ve çevre (kent) arasında gelişen iki yönlü bir sürecin sonucudur (Göregenli, 2005; Lynch, 2014); öznelidir. Bu özelliğin gerisinde kişilik özellikleri; deneyimler; kentsel alanların kullanılma sıklığı/şekli ve yaşanan yere aşinalık etkilidir (Lynch, 1960; 2014).

Lynch'e göre kentsel dış mekân; insanların aktivitelerini gerçekleştirebildikleri, ulaşabildikleri açık alanlardır ve insanların aktiviteleri için düzenlenmiş olmalıdır. Kentsel dış mekânın açık olabilmesi kentte yaşayan insanların ulaşabilmesine, kullanılabilmesine bağlıdır (Lynch, 2014). Bu alanlar, kentin diğer unsurlarıyla (yollar, caddeler, sokaklar, meydanlar vb.) birbirini tamamlamakta; kentlinin kentle olan ilişkisinde ve yaratıcılığında etkin rol oynamaktadır (Çubuk, 1982).

Kentte yaşayan kentliler, kentin içine dâhil olan; kentsel mekânı kullanan; aktif olarak sahnede yer alan kentin önemli paydaşlarıdır ve gerçekleştirdikleri faaliyetler, kentteki hareketsiz unsurlar kadar önemlidir. Kentin sürekli değişmesi, büyümesi kentlinin algısının değişmesine sebep olmaktadır. Bu sebeple kent algısı genellikle içinde pek çok endişeyi de barındıran parçalı bir algıdır. Bu bağlamda kentin tanınması ve modellenmesi ihtiyacı doğmakta; kente dair net bir mekânsal imge, kentlinin yaşamını kolaylaştırmaktadır (Lynch, 1960; 2014).

Lynch'e (1960; 2014) göre mekânsal imge bir takım niteliklere sahip olmalıdır:

1. Kentlinin yaşadığı çevre, istediği şekilde hareket etmesine imkân sağlamalıdır.
2. Kentlinin zihninde oluşturduğu harita yön bulmaya; evini bulmaya yardımcı olmalıdır.
3. Kentlinin zihninde oluşturduğu harita anlaşılır, net olmalıdır. Kısa-orta imge belirgin olmalıdır.
4. İmge güvenilir ve değiştirilebilir olmalıdır.
5. İmge kentteki diğer bireylere aktarılabilir/anlatılabilir olmalıdır.

K. Lynch, kentin okunaklılığı üzerinde durmaktadır. Güzel bir kent için en önemli özellik okunaklılık ya da açıklık olmasa da hem kentliler hem de kent için özel bir öneme sahiptir. İnsanların çevre imajlarının ve

çevre algısının oluşumunda düzenli ve anlaşılır kentsel mekânların gerekli olduğunu ifade eder. Çevredeki fiziki özelliklerin, duyulara hitap ettiği ölçüde imaja sahip olacağını belirten K. Lynch, çevrenin imgelenebilir olması için; kentin uyum içinde, anlamlı, uyarıcı ve duyulara hitap edecek nitelikte olması gerektiğini belirtmektedir. Kentin okunaklı olması, kentlinin kenti anlamasını, anlamlandırmasını, algısını kolaylaştırmaktadır (Lynch, 1960; 2014).

Kentte yaşayan insanlar, yaşadıkları yerlerle ilgili Lynch'e göre her bireyin içinde yaşadığı şehre dair somut nesneler temelinde oluşturduğu bir takım zihinsel imgeler mevcuttur. Bireyin kentte "yol bulma" eylemi, bu zihinsel imgeler ya da haritalar aracılığı ile gerçekleşmektedir. Kevin Lynch dış dünyanın zihinde genellediği "çevresel imge" kavramını, yol bulma sürecinin ilk halkası olarak kullanır. Bu imge hem anlık duyguların hem de geçmiş deneyimlerin bir ürünüdür. Çevresel İmge kenti görünür, okunabilir kılmak kişilerin çevresiyle uyum sağlaması ve kendini güvende hissetmesi için önemlidir. Bu bağlamda çevresel imge kentle kurulan duygusal ilişkiyi de anlatmaktadır. Bireylerin kendi öz yaşamları, içinden geldikleri kültür ya da kentle kurdukları ilişki sonucu elde ettikleri deneyimler ne kadar birbirinden farklı olsa da bir arada yaşıyor olmanın getirdiği bir takım değerler veya kabuller ortak kent imgelerinin oluşmasında önemli yerler tutarlar

K. Lynch' e göre, kişisel özellikler çevresel imgenin oluşumunda etkilidir. Çevresel imgeler, kişisel özelliklere göre farklılaşmaktadır. Bu farklılıklar, bireyin geçmiş deneyimleri ve kentsel alan kullanımındaki etkinliğine göre oluşur. Dolayısıyla oluşan imge, çevre ve birey arasındaki çift yönlü sürecin bir sonucudur. İmgeyi güçlendirilmek için çevre yeniden düzenlenebilir. Gözlemci, seçimini yaparak çevrede gördüğünü anlamlı hale getirir. Gözlemcinin gördüğüne bağlı oluşan imge, algısal verileri içerir ve bireysel imgeyi oluşturur. Dolayısıyla kentte yaşayan herkesin oluşturduğu bireysel imge vardır (Lynch, 2014).

Bireysel imgeler; kentle ilgili farklılaşan algılar grup imgesini oluşturmaz. Bu çerçevede Lynch, kuramını algılanabilir somut nesnelerin etkileriyle sınırlı tutarak, kentin tasarım formunun güçlendirilmesi gerekliliği üzerinde durur. Lynch'in üzerinde durduğu bir diğer konu, bir kentte yaşayan insanların çoğunluğunun zihninde taşıdıkları ortak imgeleri tespit etmektir. Kentte yaşayan her insan zihninde bir imge oluşturur ancak ortak imgelerin saptanması, kentsel alanların herkesin kullanımına uygun biçimde planlanması açısından önemlidir (Lynch, 2014).

K. Lynch, Kentin tarihi geçmişinin, sosyal imkânlarının hatta isminin dahi imge oluşumunda etkili olduğunu ifade eder ve kentsel dokuyu oluşturan imge unsurlarını kentin fiziki öğelerinden hareketle beş başlık altında toplar. Bunlar; yollar, kenarlar, bölgeler, düğüm noktaları ve işaret öğeleridir (Lynch, 2014).

Şekil 1. Kentsel Dokuyu Oluşturan İmge Öğeleri



Kaynak: Google Images, Architecture of the City.

1. Yollar: İnsanların hareket halindeyken kullandıkları alanlardır. Kentte yaşayan insanların alışkanlıklarına bağlı olarak kullandıkları yollar; insanların kenti tanımalarına, gözlemcinin kentteki çevresel unsurları algılamasına ve kentle bütünleştirmesine imkân sağlar. Bu alanlar ve pek çok insanın kent imgesinde baskın olan öğelerdir. Sokaklar, yaya yolları örnek olarak gösterilebilir.

2. Kenarlar: İki bölge arasında sınır işlevi gören kenarlar, pek çok insanın yön bulmak için kullandığı öğelerdir. Gözlemcilerin yollar gibi kullanamadığı, doğrusal olan bu öğeler yanıl referanslardır. Kenarlar, bazı noktalarından geçişe imkân tanıyan; bölgeleri birbirinden ayıran/ birbirine bağlayan nitelikte olabilir. Kenarlar pek çok insan için yön bulmada kullanılırlar. Kenarlar kıyıları gibi doğal sınırlar olabileceği gibi duvarlar gibi yapay sınırlar da olabilir. Özellikle kıyı kentleri gibi kentlerde kenarlar önemli unsurlardan biridir.

3. Bölgeler: Kentin orta ve/veya büyük ölçekli bölümleridir. Kentte yaşayan insanlarda psikolojik olarak o alana girildiği hissini yaratan bölgeler, bir takım ortak karakterlere sahiptir. Bölgelerin içindeyken tanımlanması kolaydır; dışarıdan da görünebilen bölgeler dışsal referanslar için de kullanılır. Bireylerin yaşadıkları çevrede kent yapısı yollar ve bölgelerin baskın olmasına bağlı olarak oluşur; burada sadece bireyin algısı değil hangi kentin söz konusu olduğu da önemlidir. Bölgeler konut, eğlence ve sosyalleşme alanları, alışveriş alanları örnek gösterilebilir.

4. Düğüm/ Odak Noktaları: Bu noktalar kentte yaşayan insanların bir yerden başka bir yere giderken, kente girişlerde kullandıkları yoğun odak noktalarıdır. Yön bulmaktan uzak bir tanıma işaret ederek, toplanma ve dağılma noktaları olarak ifade etmek mümkündür. Düğüm/odak noktaları, kentteki yaşama katılma alanlarıdır ve bu alanların bazıları bir bölgenin çekirdeğini, merkezini oluşturabilir. Etkileri mekâna yayılan bu merkezler kentin sembolü haline gelebilirler ve bu yönüyle hem kavşak hem de toplanma alanlarının özelliklerini bir arada taşıyabilirler. Meydanlar bu öğeye örnek olarak gösterilebilir.

5. İşaret Öğeleri: İşaret öğeleri kolay tanımlanabilen, kentin içinde ya da dışında yer alabilen ve belli bir yönü tarif eden harici öğelerdir. Bu öğeler, işaret levhası, dükkân, dağ gibi fiziksel oluşumlar olabilecekken güneş gibi hareketli bir noktada işaret öğesi olabilir. Bazı işaret öğeleri, imgelerde kullanılan daha küçük öğelere göre yüksekte ve büyük kalabilmektedir. Yerel işaret öğeleri, kentte yaşayan insanların hareket halindeyken gözlemlediği kente dair her türlü öğedir ve bu öğelerin çoğu imgelerde yer alır. Dolayısıyla yerel işaret öğeleri kentsel yapının ve kent kimliğinin anlaşılmasında önemlidirler. Kentte yaşayan için, kentin tanınırlığı arttıkça yerel işaret öğeleri daha sık kullanılır hale gelir.

Lynch, beş öğeden oluşan imgenin birbirinden ayrı değerlendirilmesinin güç olduğunu, bütün olarak algılanma eğilimini ifade etmektedir. Bu öğelerin birbiriyle uyumlu olması ve sürekliliği güçlü ve zengin bir imge oluşumunda etkilidir. İmgeler, ifade edilebilir ve değişen ihtiyaçlara uyarlanabilir olmalıdır (Lynch, 2014).

Genel Değerlendirme

Kentler hızlı biçimde değişmekte; kentlinin hareketliliği gün geçtikçe artmaktadır. Kentli yaşadığı yeri sık değiştirmekte; bir yerden bir yere; bir kentten bir kente hareket etmekte ve yaşadıkları yerle bağ kurmamaktadır. Kentin değişimi ise genellikle kentliyi duygusal açıdan yorarak algısal imgesinin bozulmasına neden olmaktadır. Kevin Lynch' in kuramı kentsel mekânda değişiklikler meydana gelirken görsel yapıyı ve değişiklik hissi-ni korumanın mümkün olduğunu ifade etmektedir.

Her kentin kendine has, onu diğer kentlerden ayıran özellikleri vardır. Bu özellikler kentsel mekânla bütünleşir. Bu bütünleşmenin oluşmasında insan en önemli öğedir. İnsanlar, çevreden aldıkları uyarıları kente yansıtır. Kentler ise insanlarda sundukları imkânlar; kolaylık; ulaşılabilirlik vb. özelliklerine göre algı oluştururlar. Öznel olan bu algılar kentin anlamlandırılmasını ve kentle özdeşleşmeyi sağlar.

K. Lynch' in kentin anlaşılabilmesi; okunaklı hale gelmesi için kent formunun güçlendirilmesine yoğunlaştığı kuram, beş öge üzerinde durmaktadır. Beş ögenin güçlendirilmesiyle, belirgin, ulaşılabilir, sürekli ve okunaklı bir kent oluşturulmak istenmektedir. İnsanların zihinlerinde oluşturdukları imgeler ne kadar güçlü ise kent o kadar anlaşılır; bir kent ne kadar anlaşılırsa o kadar güven verir; olumlu algıyı güçlendirir.

Kaynaklar

- Akkaya, M. (2019). Kentsel tasarım kapsamında zamanın mekân algısı üzerine etkileri (Yayın No:568629) [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi
- Arkonaç, S.A., (1998). Psikoloji: Zihin süreçleri bilimi (2. bs.). Alfa Yayınları
- Aydınlı, S. (1986). Mekânsal değerlendirmede algısal yargılara dayalı bir model, *Yapı Dergisi*, 207, 54-61.
- Bakan, İ. & Kefe, İ. (2012). Kurumsal açıdan algı ve algı yönetimi, *Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 19-34.
- Beyazlı, D. (2005). Kent planlamada birey, kent, kentlilik ve kentlilik bilinci (Yayın No:149467) [Doktora tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Bilgin, N., Topsever, Y., Gökten, M. & Yetim, Ü. (1991). Yerel yönetimler için demokratik bir model arayışı. TÜSES Vakfı Yayını
- Cüceloğlu, D. (2019). İçimizdeki biz. Remzi Kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (2019). İnsan ve davranışı. Remzi Kitabevi.
- Çubuk, M. (1982). Zaman ve kentsel çevre oluşumu. M.S.Ü. Mimarlık Fakültesi.
- Ertürk, S. (1984). Mimari mekânın algılanması üzerine deneysel bir çalışma [Doktora tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Gibson, J. (1954).The vsiual perception of objective motion and subjective movement, *Psychological Review*, 61 (5), 304-305.
- Göregenli, M. (2005). Çevre psikolojisinde temel konular. Ege Üniversitesi Basımevi.
- Lang, J. (1980). Designing for human behavior: architecture and the behavioral science, Hutchinson Ross Publishing Company.
- Lefebvre, H. (2014). Mekânın üretimi, (Çev. Işık Ergüden), Sel Yayıncılık.
- Lynch, K. (1960). The image of the city. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Lynch, K. (2014). Kent imgesi, (Çev. İrem Başaran), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,
- Norberg-Schulz, C. (1971). Existence, space and architecture. Praeger Publishers.
- Rappaport, J. (1987) Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology, *American Journal of Community Psychology*, 15, 121-148.
- Fainstein, S. S. & Campbell, S. (1996). Readings in Urban Theory. Blackwell Publisher,

Ünver Dirlik, Ö. (2021). Kentlilik bilinci. İçinde E. Akyüz (Ed.), Farklı boyutlarıyla kent ve kentleşme (ss. 88-105). Paradigma Akademi Yayınları.

Google Images, (04.12.2022). Architecture of the City. <http://mirandasurbandesignseminarcourse.blogspot.com/2016/10/module-3-influentiaurban-design.html>

“

Bölüm 18

TÜRKİYE’DE AR-GE’YE YÖNELİK VERGİ TEŞVİKLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI¹

Selçuk TEKİN²

”

1 Bu çalışma, Selçuk TEKİN’in Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı’nda Ahmet Bumin DOĞRUSÖZ’ün danışmanlığında 2015 yılında hazırladığı “Türk Hukukunda Ar-Ge’nin Teşviki” isimli doktora tezinden üretilmiştir.

2 Dr. Öğr. Üyesi Selçuk TEKİN, Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, selcuktekin@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2725-0651.

GİRİŞ

Devletler, esas itibarıyla ülkelerinde yaşayanların iyi yaşam koşullarında, huzur ve güven içinde bulunmalarını sağlamak adına ortak kaygıları da güden bir anlayış üzerine olagelmışlerdir. İçeriği yönünden hangi ideolojik sistem üzerine kurgulanmış olurlarsa olsunlar temel amaçları refah düzeyinin artırılması olmuştur. Bu bağlamda yüksek yaşam kalitesine erişmiş bireylerin üretkenliği ve kendisi ile topluma sunduğu katkı düzeyi de yükselecektir. Refah seviyesinin belirgin biçimde karşılaştırılmasına olanak sunan temel göstergelerden biri de Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) olmuştur. GSYİH'sı yüksek ülkelerin gelişmiş ülkeler olduğu, bu ülkelerde yaşayanların da yüksek yaşam düzeyinde bulunduğu genel kabul görmüş bir anlayıştır. GSYİH'nın, genellikle bir ülke sınırları içinde üretilen mal ve hizmetlerin cari piyasa fiyatları üzerinden hesaplanan toplam değeri olarak tanımlandığı görülmektedir. Bu açıdan bir genelleme yapmak gerekirse, kişi başına GSYİH'dan düşen payı yüksek ülkelerin bireylerinin de refah içinde bulunduğu söylenebilir. Yüksek kalitede yaşam düzeyine erişmek sadece bireysel anlamda yapılacak çalışmalarla olanaklı olmayıp, ülke sisteminin de bunu destekler nitelikte bulunması gerektiğine kuşku yoktur.

Yüksek üretim düzeyine erişebilmek adına günümüzde yüksek teknolojik ürünler ile katma değeri yüksek üretim süreçlerine gereksinim duyulduğundan bahisle bu altyapıyı sağlamlaştıracak ve sürdürülebilir bir döngüye sürükleyecek destekler, rekabetçi bir dünyanın olmazsa olmazı haline gelmiştir. Küresel dünyanın sınırları ortadan kaldırması, bilgi üretimi ve bunun insan yaşamına dokunacak biçimiyle evrilmesi için olağanüstü bir rekabet ortamının meydana çıkmasına neden olmuştur. Ülkelerin bu ortamda üretkenliği destekleyici fonksiyonu özellikle maliye politikasının bir gereği olarak karşımızda durmaktadır. Rekabet edilen tüm dünya olduğuna göre bu anlayışla ticaret olanaklarının artırıldığı, mal ve hizmet seçeneklerinin inanılmaz boyutlara ulaştığı görülmektedir. Elbette üretim miktar ve içeriğinin artırılması önemlidir ancak yeterli değildir. Katma değer yaratmayan üretim olanaklarının gelişmesi ve rekabet edebilmesi olanaksızdır. Bu bağlamda teknolojik yenilik, araştırma ve geliştirme (ar-ge) ve inovasyon gibi çıktıların yaratılması gerekeceği açıktır. Dolayısıyla günümüzde Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi, gerek sanayi alanında gelişmişlik düzeyinin artmasına olanak tanıyacaktır gerekse de ülke potansiyelinin katma değer yaratacak alanlarda verimli kullanımını sağlayacaktır. Bu açıdan bahsedilen destekler, Ar-Ge faaliyetlerinin teknolojileri geliştirme, yenilik yaratma, rekabet gücünü artırma, bilgi toplumunun oluşumuna katkıda bulunma gibi birçok işlevinin de meydana çıkmasına sebep olacaktır. Dünya genelinde yaşanmakta olan bu hızlı değişim ve dönüşümün içeriğine bakıldığında Ar-Ge faaliyetleri

bağlamındaki genel politik tavrın; bu faaliyetlerin yürütülmesinin kamu kurumlarınca finansman bakımından desteklenmesi, başta vergi olmak üzere diğer mali teşvik unsurlarının etkin kullanılmaya çalışılması biçiminde oluştuğu görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı da, Türk vergi hukukunda Ar-Ge faaliyetlerine dair gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerine yönelik ihdas edilen vergisel teşvik mekanizmalarını ve hukuki düzenlemeleri gerek 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun gerekse de 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu çerçevesinde analiz etmek, sistemin işleyişine yönelik dağılık yapının bütüncül olarak görülmesini sağlamak ve karşılaştırılabilir biçimde ortaya konmasına çalışmaktır.

1. TEŞVİK VE AR-GE KAVRAMLARININ TEORİK ÇERÇEVESİ, ÖNEMİ VE ETKİNLİĞİ

1.1. Teşvik Kavramının Teorik Çerçevesi

1.1.1. Teşvik Kavramı ve Unsurları

Teşvik kavramı sözlük anlamı olarak; isteklendirme (Yılmaz, 1996:818), şevke ve gayrete getirme, şevklendirme (Devellioğlu, 1999:1097), özendirme (Püsküllüoğlu, 1997:1049) olarak tanımlanmakla birlikte aynı zamanda bir kimseyi kötü bir iş yapması için kışkırtma (www.tdk.gov.tr) olarak da tanımlanmaktadır. Ekonomik anlamda teşvik ise kamu tarafından, çeşitli yöntemler kullanılarak belirli ekonomik faaliyetlerin diğerlerine oranla daha fazla ve hızlı gelişmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen maddi veya gayrimaddi destek, yardım ve özendirme (Çiloğlu, 1997:1) ya da ekonomik gerekliliklerle belirlenmiş kimi sektörün, bölgenin ve/veya alanın diğerlerine oranla daha hızlı ve fazla gelişmesini sağlamak için (Bayhan, 2008:98) devlet tarafından değişik yöntemlerle verilen maddi ve/veya maddi olmayan destek, yardım veya özendirmeler (İncekara, 1995:9) şeklinde tanımlanabilmektedir.

Bu çerçevede teşvik, devlet tarafından özel sektör işletmelerine yapılan ve genel amacı ülke kalkınmasına yöneltmek bulunan tüm enstrümanların genel ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle yatırım sermayesi çekmek ve bu sayede vergi gelirlerini artırmak isteyen gelişmekte olan ülkeler, bazı düzenlemeler yoluyla çeşitli avantaj ve teşvikler sunma yoluna gitmektedir (Korkmaz, 2015). Teşvik, kendisini çeşitli şekil ve kapsamda göstermekle birlikte, aynı amaç doğrultusunda kimi zaman vergi muafiyeti, vergi istisnası, vergi indirimi gibi vergi harcamasının bir unsuru olarak, kimi zaman da nakit ve gayrinakdi yardımlar gibi devlet yardımları şeklinde görülebilmektedir (Dürüs, 2005:3). Bir başka ifade ile teşvik, devletin sağladığı katkıdır (Topal, 2006:3) denilebilir.

Teşvik kavramı, uluslararası anlaşmalarda genelde “sübvansiyon” olarak kullanılmaktadır (Selen, 2011:24). Dünya Ticaret Örgütü’nün (DTÖ) resmi terimler sözlüğünde sübvansiyon terimi subsidy (www.wto.org) olarak kullanılmakta olup, iki tür teşvikten bahsedilmektedir: Harici (ihracat) ve dahili teşvikler. İhracat (harici) teşvikleri, devlet tarafından bir firmaya ihracatına bağlı olarak verilen destek (yarar) iken dahili teşvikler ihracata doğrudan bağlı olmayan desteği (yararı) ifade etmektedir.

1.1.2. Teşviklerin Amaçları ve Gerekçeleri

Günümüzde iletişim ve nakliye maliyetlerinin azalması sonucu ülkelerin daha yakın entegrasyonda bulunmaları ve insanın yarattığı yapay engellerin ortadan kalkması (Özdemir, 2006:8) şeklinde oluşan küreselleşme sonucu ülkeler arasında karşılıklı bağımlılık artmış, ekonomide homojenlik daha güçlü ve büyüyen piyasa ve finansal kuruluşlar oluşmuş, sanayi toplumunun yerini bilgi toplumuna bırakan evrensel bir ortam doğmuştur (Özdemir, 2006:9). Başka bir deyişle, küreselleşme sonucunda hızlı bir değişime sahne olan teknoloji ve ortaya çıkardığı gereksinimler (Güneş, 1997:1) nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin işletmeleri, günümüzde uluslararası rekabete daha fazla açılmaya başlamıştır. Günümüzün küreselleşen dünyasında rekabet gücü, uzun dönemde sürdürülebilir büyüme sürecinin ana belirleyicilerinden biri haline gelmiş (Tan ve Erdem, 2010:18) olup üretimde teknolojik bilgi birikiminin önemi daha da artmıştır (Başak, 2008:32). İş dünyasının küreselleşmesi ve uluslararası rekabetin artmasıyla birlikte yöneticiler daha karmaşık stratejik kararlarla karşı karşıya kalmışlardır (Ulaş, 2003:1). Bu çerçevede işletmeler yatırım plan ve kararları için yapılacak harcamaları ve buna bağlı vergisel yükümlülükleri göz önüne almaları zorunlu hale gelmiştir. Bu noktada özel sektörün önündeki yatırım yapma ve uygulama konusundaki isteksizliği ya da açmazı isteğe ve yatırıma döndürecek olan ise kamu otoritesidir. Teşvik sistemleri bu süreçte ortaya çıkmaktadır. Devletler özellikle maliye politikalarının bir gereği olarak kaynak sorunun giderilebilmesi, mevcut kaynakların da etkin ve verimli kullanılabilmesi ve dolayısıyla üretim olanaklarının artırılabilmesi için işletmeler yönünden ek-sik kalan gereksinimleri ikame etmek suretiyle verimliliği artıracak tedbirleri almak istemektedirler. Bu sayede katma değeri ve getireceği yararı göz önünde bulundurarak çeşitli teşvikler sağlayabilmektedirler.

1.1.3. Teşviklerin Sınıflandırılması ve Yatırım Kararlarına Etkisi

Günümüz teknolojik, ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal vb. birçok alanda yaşanan ilerlemeler, küresel rekabetin yarattığı ivmenin bir sonucu olarak görülebilir. Bu bakımdan kalkınmayı amaçlayan ülkeler rekabet çitasını tüm olanaklarını seferber etme noktasına getirmiştir (Altunsabak, 2008:158). Dolayısıyla teşvik uygulamaları oldukça sık rastlanmaya başlanmış, teşvik politikaları çeşitlenmiştir. Genel bir standart olmamakla birlikte (Topal, 2006:16) teşvik uygulamalarının literatürde genel olarak altı farklı

şekle büründüğü tespit edilmektedir:

- Amaçlarına göre teşvikler,
- Kapsamına göre teşvikler,
- Veriliş aşamalarına göre teşvikler,
- Kullanılan araçlara göre teşvikler,
- Kaynaklarına göre teşvikler,
- Veriliş şekline göre teşvikler.

Girişimcilerin yatırım kararlarını etkileyen en önemli unsur, kuşkusuz ki söz konusu alana yapılacak yatırımdan kar elde edebilmeyi (OECD, 2011:26) öngörebilmektir. Yine maliyet unsurlarının azaltılması, finansman teminin kolaylaştırılması ve ödeme yükümlülüğünün hafifletilmesi de ayrı birer destek unsurlarıdır. Bu bakımdan teşviklerin yatırımcı kararlarına etkisini belirleyen etmenleri şu şekilde belirtebiliriz:

- Teşvik uygulamaları yatırım maliyetlerini düşürmelidir.
- Finansman gereksinimlerini azaltmalı ya da kredi olanaklarını artırmalıdır.
- Karlılığın artırılması sağlanmalıdır.

Yukarıda belirtilen hususlarla birlikte yatırımlar için altyapı tesislerinin kurulmasının devlet tarafından sağlanması (Bulut, 2014:141), bazı özel bölgeler ya da alanlar yaratılarak üretim işletmelerinin kurulmasının sağlanması, arsa ya da arazi teminleri ile üretim girdilerini oluşturan unsurlardaki maliyetlerin azaltılması (enerji girdisi maliyetlerinin düşürülmesi, istihdam üzerindeki vergi ve sigorta yüklerinin azaltılması, erken ödeme indirimlerinin sağlanması gibi) gibi seçenekler yatırım kararları sonucu oluşturulacak karlılığı artırabilecek olanaklardır.

Özellikle kalkınma sürecinde bulunan ülkelerde alınan yatırım kararlarının hangi bölgeye hangi miktar ya da ölçüde yapılacağı konusundaki tartışmalara yön vermesi bakımından devletin bölgeler arası olası dengesizliklere karşı çeşitli müdahalelerde bulunduğu görülmektedir. Bu bağlamda devletin düzenleyici ve yol gösterici işlevi sayesinde oluşturulan teşvik politikalarının yatırım kararlarına doğrudan etkide bulunduğu söylenebilir. Özellikle ülkemizde teşviklerin bölgesel kalkınmaya en çok gereksinim duyulan Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerimizde yatırım kararlarına olumlu etkide (Özdaş, 2009:11) bulunmasını sağlamak için oldukça çaba gösterildiği bilinmektedir¹.

¹ Bu amaca en uygun örneklerden biri de kuşkusuz 06.02.2004 tarih ve 25365 sayılı R.G.'de yayımlanan 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'dur. Söz konusu Kanun'un amacı 1'inci maddesinde "bazı illerde vergi ve sigorta primi teşvikleri uygulamak, enerji desteği sağlamak ve yatırımlara bedelsiz arsa ve arazi temin etmek suretiyle yatırımları ve istihdam imkânlarını artırmaktır." şeklinde tanımlanmıştır. Anılan Kanun'la, vergi ve sigorta primi desteği, bedelsiz arsa ve arazi temini, enerji desteği sağlanmıştır. Getirilen devlet desteklerinin sayısal fazlalığı dikkate alındığında bir karmaşanın, uygulama birliğinin sağlanamaması gibi birtakım sorunların çıktığı görülmüştür. Bu bağlamda 23.10.2010 tarih ve 27738 sayılı R.G.'de yayımlanan 6015 sayılı Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun ile bu sorun giderilmeye çalışılmaktadır.

1.2. Ar-Ge'nin Tanımı ve Unsurları

İnsanlık önceleri tesadüflere bağlı olarak, sonraları da bilinçli, disiplinli ve sistemli çalışmalar sayesinde günümüz uygarlık düzeyine erişebilmiştir (Ertuğrul, 2004:85). Rekabetin hızlı olduğu günümüz koşullarında ise artık Ar-Ge faaliyetlerine önem vererek yenilik yaratıcı ürün, mal ve hizmetler sebebiyle özellikle teknolojik ilerleme sağlamış ülkelerin ekonomik büyümede ve yüksek verimlilikte avantajlı olduğu görülmektedir (Günaydın ve Can, 2008:4).

Literatürde Ar-Ge hakkında birçok tanımlama yapıldığı, ancak içerik olarak birbirine yakın bulunduğu görülmektedir.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'ne (OECD'ye) (OECD, 2002:30) göre; araştırma ve deneysel geliştirme, insan, kültür ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bu dağarcığın yeni uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalardır. Yine OECD, Ar-Ge faaliyetlerini temel araştırma, uygulamalı araştırma ve deneysel geliştirme (OECD, 2002:30) olarak aşamalandırmaktadır.

Çolakoğlu'na (Çolakoğlu, 2000:13) göre Ar-Ge, bilim adamlarının ne zaman ne sonuca varacakları belli olmadan yürüttükleri çalışmalarını değil, bir ürünün üretilmesini ve/veya bir hizmetin verilmesini hedefleyen bir süreci ifade etmektedir.

Mucuk (Mucuk, 2008:370) Ar-Ge'yi bilimsel ve teknik bilginin yeni uygulamalarda kullanımı olarak belirtirken Çankaya (Çankaya, 2004:110), işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalar olduğunu ifade etmektedir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) (TOBB, 2004:10),

“Bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, yazılım üretimi dâhil olmak üzere yeni sistem, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan düzenli çalışmalar”

olarak nitelendirmektedir.

Asgarov (Asgarov, 2008:85); ürün ve süreç yeniliğine veya artan bilimsel bilgiye yönelik organize edilmiş çabalar olarak tanımladığı Ar-Ge, Boztosuna göre (Boztosun, 2005:1-2)

“insanoğluna, kültüre ve topluma ait bilgiler dahil olmak üzere bilgi birikimini artırmak için sistematik olarak yürütülen yaratıcı faaliyetler ve bu bilgi birikiminin yeni uygulamalar geliştirmek için kullanılması olarak”

tanımlanmaktadır.

Mevzuatımızda da Ar-Ge tanımlamalarının yapıldığı görülmektedir. Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar'a (Resmi Gazete, 19 Haziran 2012, sayı:28328) göre Ar-Ge yatırımı;

“Yeni bir ürün geliştirilmesi, ürün kalite ve standardının yükseltilmesi, maliyet düşürücü ve standart yükseltici yeni bir teknolojinin ülke şartlarına uyumunun sağlanması amacıyla bilimsel esaslara uygun olarak yapılan ve her aşaması belirlenmiş araştırma ve geliştirme çalışmaları için gerçekleştirilecek yatırımları” ifade etmektedir.

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (TGB) Kanunu'nun (Resmi Gazete, 06 Temmuz 2001, sayı:24454) 3'üncü maddesinin c fıkrasına göre Ar-Ge;

“Araştırma ve geliştirme, kültür, insan ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yazılım dahil yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışma” olarak tanımlanmıştır.

Yine Ar-Ge Kanunu'nun (Resmi Gazete, 12 Mart 2008, sayı:26814) 2'nci maddesine göre ise Ar-Ge;

“Araştırma ve geliştirme, kültür, insan ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi dağarcığının artırılması ve bunun yeni süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzere kullanılması için sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmaları, çevre uyumlu ürün tasarımı veya yazılım faaliyetleri ile alanında bilimsel ve teknolojik gelişme sağlayan, bilimsel ve teknolojik bir belirsizliğe odaklanan, çıktıları özgün, deneysel, bilimsel ve teknik içerik taşıyan faaliyetleri” ifade etmektedir.

Ar-Ge kavramının tanımlarında ortak olarak belirtilebilecek özellikler ve unsurları ise aşağıdaki şekilde belirtilebilir (Kiraz, 2010:6-7):

- *“Ar-Ge faaliyeti sistematik bir temelde yürütülen, yenilik oluşturma sürecinin temelini oluşturmaktadır.*

- *Bilimsel ve teknik bilgi düzeyinin artırılması, elde edilen yeni bilgilerin üretim ve satış faaliyetlerinde kullanılabilir hale getirilmesi (üretimin geliştirilmesi, maliyetlerin azaltılması ve yeni ürünler geliştirilmesi, yeni üretim sistemlerinin oluşturulması), amaçlanır.”*

Bu durumda aşağıda belirtilen amaçlara yönelik faaliyetlerin Ar-Ge faaliyetleri olduğu (Yeşilay, 2006:149-150) söylenebilir:

- *“Bilimsel ve teknolojik alanlardaki belirsizlikleri gidermek ve bunları aydınlatmak amacıyla, bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni teknik bilgilerin elde edilmesi.*

- *Yeni üretim yöntem, süreç ve işlemlerinin araştırılması veya geliştirilmesi.*
- *Yeni ürünler, madde ve malzemeler, araçlar, gereçler, işlemler, sistemler geliştirilmesine yönelik olarak yeni yöntemler geliştirilmesi veya yeni teknikler üretilmesi.*
- *Bir ürünün maliyetini düşürücü, kalite, standart veya performansını yükseltici yeni tekniklerin / teknolojilerin araştırılması.*
- *Yeni ve özgün tasarıma dayanan yazılım faaliyetleri.”*

Araştırma-geliştirme-yenilik ve teknoloji, ülke ekonomisinin gelişmesine ciddi ivme kazandıran özelliklere sahiptir. Bu çerçevede Ar-Ge ile değerli ve kullanılabilir bilgi üretilmekte, bilgiler sayesinde yenilik ve buluş çıktıları alınabildiğinden katma değeri yüksek ürün, süreç, yöntem gibi sonuçlara ulaşılabilir. Üretim maliyetlerinin azalması, kaynakların verimli kullanımı, sonuç itibarıyla toplam hasılda ve gelirde artış ile refahta yükselişi meydana getirmektedir (Tuncer, 2010:3).

1.3. Ar-Ge'nin Önemi

Ar-Ge harcamalarına, bilginin üretilip yayılmasına, yaratıcı yeniliklerin bulunmasına yönelik yapılacak tüm yatırım harcamaları, oluşturdukları dışsallık sebebiyle kamusal mal taşıma özelliğine sahip olabilecektir (Bozdoğanoglu ve Kaya, 2014:4). İnovasyon, bir fikrin ya da üretilen bir bilgi birikiminin fayda sağlayacak şekilde dönüştürülmesine yarayan faaliyetler bütünüdür ifade etmekte iken buluş ya da icat, yeni bir tekniğin, yöntemin veya yordamın oluşumu için oluşturulmuş fikirlerin ilk uygulanış sürecini içermektedir. Ar-Ge ise bu buluşa yöneltilen temel çalışmaların bütünüdür. Esasen insanoğlunun içindeki “merak” duygusunun ve buna bağlı olarak soru sorması ve sorgulaması özelliklerinin izdüşümü Ar-Ge'dir.

Teknolojik gelişmeler sermayenin hareket kabiliyetini artırdığı gibi, küresel ölçekte rekabetin artmasına da yol açmış ve işletmelerin ürün yelpazelerini çeşitlendirmelerine imkân sağlamıştır (Bakmaz ve Güzel, 2022:38). Dolayısıyla günümüzde ülkeler, istemeseler de diğer ülkelerle rekabet etmek zorundadırlar. Bu durum değişen ve gelişen çağın yaka- lanmasını gerektirmektedir. Ar-Ge harcamaları özellikle teknik konularla ilgili gelişme sağlanmasını tetiklediğinden üretim maliyetlerinin azalmasına, verimliliğe katkı sunmasına neden olmaktadır. Bu durum ekonomik gelişmişliğe neden olabilecek bir kültürü de oluşturmaktadır. Küresel rekabette istenilen seviyeye gelebilmek ve orada kalıcı olabilmek için bilgiye yatırım, bilginin ticarileştirilmesi ve bunun sürdürülebilir olması gerekmektedir (Baydar, U. 2021:96). Ar-Ge faaliyetlerinin inovasyona, inovasyonun da verimlilik artışına ve ekonomik büyümeye sebep olaca-

ğı açık olduğundan bu faaliyetler, dünyada bilim ve teknolojik ilerlemenin sağlayıcısı, büyümenin, kalkınmanın, verimliliğin artmasının temel taşı (İnce, 2011) halini almaktadır. Bu sebeple etkin ekonomi yönetimleri finansal ve mali teşvikleri kullanarak işletmeleri Ar-Ge yatırımları konusunda cesaretlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu noktada karşılaştırmalı bir perspektiften değerlendirildiğinde Ar-Ge yoğunluğu kavramı öne çıkmaktadır. Bir başka ifade ile Ar-Ge yoğunluklarının karşılaştırılması genel olarak ülkelerin gelişmişlik ve refah düzeyleri hakkında önemli bilgiler verebilmektedir. Ar-Ge yoğunluğu öz olarak bir ülkenin Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki oranı olarak ifade edilmektedir. OECD'nin Ar-Ge yoğunluklarına yönelik verilerine göre Türkiye'nin konumunun maalesef yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Tablo 1'den de görüldüğü üzere 2020 yılı itibarıyla (data.oecd.org) Ar-Ge yoğunluğu en yüksek olan ilk 10 ülke sırasıyla İsrail, Güney Kore, Çin Taipei, İsveç, Amerika Birleşik Devletleri, Belçika, Japonya, Avusturya, Almanya ve Danimarka olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'nin bu çalışmadaki yeri 2015 ilâ 2020 yılları için sırasıyla 39'unculuk, 34'üncülük, 37'ncilik, 33'üncülük, 36'ncılık ve 31'incilik olabilmıştır. Türkiye'nin Ar-Ge yoğunluk oranları ise aynı yıllar için sırasıyla %0,877, %0,938, %0,953, %1,025, %1,066 ve %1,089 oranlarında gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bu oran %1,13 (data.tuik.gov.tr) olarak gerçekleşmiştir.

Tablo:1 Ar-Ge Yoğunluğu

Sıra	Ülke	2016	2017	2018	2019	2020
1	İsrail	4,511	4,657	4,797	5,140	5,436
2	Güney Kore	3,987	4,292	4,516	4,627	4,815
3	Çin Taipei	3,086	3,195	3,352	3,493	3,631
4	İsveç	3,247	3,363	3,321	3,388	3,490
5	ABD	2,854	2,905	3,013	3,175	3,450
6	Belçika	2,523	2,667	2,860	3,159	3,377
7	Japonya	3,107	3,166	3,221	3,215	3,275
8	Avusturya	3,117	3,057	3,091	3,130	3,216
9	Almanya	2,940	3,047	3,110	3,168	3,130
10	Danimarka	3,093	2,931	2,966	2,897	2,969
31	Türkiye	0,938	0,953	1,025	1,066	1,089

Kaynak: <https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm> (Erişim. 03.12.2022).

2. TÜRKİYE’DE AR-GE’Yİ VERGİSEL YÖNDEN TEŞVİK EDEN DÜZENLEMELER

Ülkemizde Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesine yönelik olarak getirilen düzenlemeleri beş aşama toparlayabiliriz.

İlk aşama olarak 1985 yılında 3143 sayılı Kanun’la (Resmi Gazete, 18 Ocak 1985, sayı:18639) Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü’nün kurulmasıdır. Buna paralel olarak yine aynı yıl 3239 sayılı Kanun’la (Resmi Gazete, 11 Aralık 1985, sayı:18955) Ar-Ge harcamalarını geçmemek üzere Ar-Ge harcaması yapan gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin hesapladıkları vergilerin %20’sinin üç yıl süre ile ertelenmesi uygulamasına başlanması Ar-Ge faaliyetlerine yönelik vergi teşviklerinin de başlangıcını oluşturmuştur.

İkinci aşama 2001 yılında 4691 sayılı TGB Kanunu’nun kabul edilerek yürürlüğe girmesidir. Bu kanun, halen yürürlükte olup, bölge yönetici şirketinin kazançlarının tamamı ile bölgede faaliyette bulunan gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin sadece bölgedeki yazılım, tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlarının tamamını 31.12.2028 tarihine kadar istisna tutmaktadır. Ayrıca yine 31.12.2028 tarihine kadar uygulanmak üzere gelir vergisi stopaj desteği ile sermaye destekleri yapanlara yönelik harcama indirimi uygulaması da bulunmaktadır.

Üçüncü aşama 2004 yılında 5228 sayılı Kanun’la (Resmi Gazete, 31 Temmuz 2004, sayı:25539) Ar-Ge harcamaları üzerinden %40 oranında hesaplanarak gelir ve kurumlar vergisi matrahından indirim konusu edilecek Ar-Ge indirimi müessesesinin kabul edilmesidir. Böylece 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’na (Resmi Gazete, 06 Ocak 1961, sayı:10700) ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’na (Resmi Gazete, 21 Haziran 2006, sayı:26205) ilk kez harcamalarda indirim uygulaması getirilmiştir.

Dördüncü aşamada 2008 yılında 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun’la hem Ar-Ge faaliyetlerine yönelik Ar-Ge, yenilik ve tasarım harcamalarının tamamının gelir ve kurumlar vergisi matrahının belirlenmesinde indirim konusu yapılması hem de bu harcamalardan ayrıca amortisman giderinin gerçekleştirilmesi düzenlenmiştir. Yine tüm bu indirimlere ek olarak Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerine münhasır olmak üzere kimi sektörler itibarıyla Ar-Ge harcamalarının önceki yıllara göre en az %20 artış sağlanması halinde Ar-Ge indiriminin %50 artırımlı uygulanması söz konusudur. Bu uygulamalar da tıpkı TGB’lerinde hükmolunan tarih gibi 31.12.2028² tarihine kadar geçerlidir.

2 Bu tarih daha önce 31.12.2023 olarak belirlenmişti. Muhtemelen 31.12.2028 tarihi yaklaşınca yine ileri bir tarihe uzatılabilecektir.

Beşinci aşama ise, 2016 yılında 6728 sayılı Kanun’la (Resmi Gazete, 09 Ağustos 2016, sayı:29796) Ar-Ge indirimi uygulamasının Gelir Vergisi Kanunu ve Kurumlar Vergisi Kanunlarından kaldırılarak 5746 sayılı Kanuna eklenmesini oluşturmuştur.

2.1. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri’nde Tanınan Vergi Teşvikleri

Ülkemizin sanayi altyapısını esasen hem Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) hem de TGB’ler oluşturmaktadır. Üniversite-Sanayi-Devlet arasında özel amaçlı bir bölge olan TGB’ler teknoloji üretimi için önemli bir konuma sahip olmuşlardır. İlk TGB’ler, 2001 yılında kurulan Ortadoğu Teknik Üniversitesi ODTÜ Teknokent TGB ile Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) ortaklığı olan TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi (MAM) Teknoparkı olmuştur (www.sanayi.gov.tr). Yine Kasım 2022 itibariyle ülkemizde toplam 96 adet TGB yer almaktadır (www.sanayi.gov.tr).

TGB’ne sağlanan teşvikler esasen iki kesime yöneliktir: Yönetici şirketler ile bölgede faaliyette bulunan girişimcilerdir.

2.1.1. Yönetici Şirketlere Yönelik Teşvikler

TGB’nin yönetim ve işletmesinden sorumlu olan Yönetici Şirkete yönelik iki finansal destek mevcuttur:

- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği’nin (Resmi Gazete, 10 Ağustos 2016, sayı:29797) 28’nci maddesinin 2’nci fıkrasına göre” *“alt yapı, idare binası, Ar-Ge binası, atölye ve kuluçka merkezi inşasına ilişkin giderler, atölyelerde kullanılacak makine, ekipman ve yazılımlar ile Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri ile tasarım faaliyetlerini desteklemeye yönelik yönetici şirketçe yürütülen veya yürütülecek kuluçka programları, teknoloji transfer ofisi hizmetleri ve teknoloji iş birliği programları ile ilgili giderler”* Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından karşılanabilmektedir.

- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği’nin 35’inci maddesinin 1’inci fıkrasının (ç) bendine göre *“atık su arıtma tesisi işleten bölgelerden belediyelerce atık su bedeli alınmaz”*.

Diğer yandan yönetici şirketlerin bölgelerdeki her türlü faaliyetleri sonucu elde ettikleri kazançları 31.12.2028 tarihine kadar kurumlar vergisinden istisna tutulmuştur. Yine yönetici şirketler; bölgedeki faaliyetleri sebebiyle damga vergisi, harç ve emlak vergilerinden de muaf tutulmuşlardır.

2.1.2. Bölgede Faaliyette Bulunan Girişimcilere Yönelik Teşvikler

Bölgede faaliyette bulunan gelir ve kurumlar vergisi mükellefi girişimcilerine TGB Kanunu, 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu (Res-

mi Gazete, 02 Kasım 1984, sayı:18563) ile 1 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği (Resmi Gazete, 03 Nisan 2007, sayı:26482) hükümleri çerçevesinde aşağıdaki vergiler bakımından birtakım teşvikler getirilmiştir:

- Sadece bölge içinde elde ettikleri kazançlara uygulanmak ve yine sadece yazılım, tasarım veya Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları kapsamak üzere 31.12.2028 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden istisna söz konusudur³. Yazılım, tasarım ve Ar-Ge faaliyetinde bulunan şirketlerin, bu faaliyetleri sonucu buldukları ürünleri kendilerinin seri üretime tabi tutarak pazarlamaları halinde gayrimaddi haklarına isabet eden bu kazanç kısımlarını transfer fiyatlandırması ilkelerine göre ayrıştırıp istisnadan yararlanabileceklerdir. Aynı şekilde gayrimaddi hakka bağlanmasa bile uyarlama, geliştirme, revizyon gibi faaliyetler de istisnadan yararlanmaktadır. Ayrıca gayrimaddi haklar için bu istisnadan yararlanılabilmesi, işin niteliğine göre patent ya da eşdeğer belge alınmasını gerektiriyorsa bu belgenin alınmasına bağlanmıştır. Fakat, yıllık brüt geliri 2018 hesap dönemi için 34 milyon TL'sını ve dahil olunan grup şirketlerinin net satış hasılatı 226 milyon TL'sını aşmayan⁴ mükellefler için Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın proje bitirme belgesi istisnadan yararlanmak için yeterli olmaktadır. Gayrimaddi haklardan kaynaklanan kazançların istisnadan yararlanacak kısmı, nitelikli harcamaların toplam harcamalar içindeki oranı dikkate alınarak belirlenmektedir. Buna göre gayrimaddi hakkın elde edilmesi için mükelleflerce bu hakla doğrudan bağlantılı harcamaları ile ilişkisiz kişilerden temin edilen aynı içerikteki dışarıdan sağlanan fayda ve hizmet bedellerinin toplamı nitelikli harcama olarak kabul edilmektedir. Ancak bu harcamalar içinde faiz giderleri ile yazılım, tasarım ve Ar-Ge ile doğrudan ilgili bulunmayan harcamalar hem nitelikli harcamalara hem de toplam harcamalara eklenmez. Öte yandan gayrimaddi hakkın satın alınması için yapılan harcamalar ile ilişkili kişilerden sağlanan fayda ve hizmetler toplam harcamalar içinde, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye oluncaya kadar ise yurtiçi yerleşik ilişkili kişilere yapılacak fayda ve hizmet ödemeleri nitelikli harcama içinde kabul edilir. Mükellefler toplam harcama tutarını aşmaması koşuluyla nitelikli harcama tutarlarını, %30'una kadar da ayrıca artırabilmektedirler.

3 4691 sayılı Kanun, geçici madde 2/1.

4 30 milyon TL ve 226 milyon TL rakamları 2018 hesap dönemi için belirlenmiştir. Ancak 1 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği'ne göre bu "tutarlar; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na belirlenen Avro cinsi döviz alış kurunda yıl içinde gerçekleşen değişim oranı dikkate alınarak Maliye Bakanlığınca, en yakın milyon Türk lirasına yuvarlanarak her yıl güncellenecektir." hükmü bulunmasına karşın 2018 hesap döneminden sonra bir belirleme yapılmamıştır. Ancak tarafımızca bu tutarlar sırasıyla 2019 hesap dönemi için 45 milyon TL ve 302 milyon TL, 2020 hesap dönemi için 50 milyon TL ve 333 milyon TL, 2021 hesap dönemi için ise 68 milyon TL ve 456 milyon TL olarak hesaplanmıştır.

- Bölgede çalışan Ar-Ge, tasarım ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri üzerinden gelir vergisi kesintisi yapılmamakta⁵, bu işlemler sebebiyle düzenlenen kağıtların Damga Vergisi tahakkuk ettirilmemektedir. Ancak gelir vergisi stopaj teşvikinden yararlanan destek personelinin sayısı, toplam personel sayısı on beş olan işletmelerde %20'sinden, on beşten daha fazla personeli olan işletmelerde de %10'undan fazla olamaz. Bu oranlardan fazla destek personeli bulunan işletmelerde brüt ücreti en düşük olanlar öncelikli olarak teşvikten yararlandırılırlar. Genel kural olarak gelir vergisi stopaj desteği için faaliyetlerin bölge içerisinde yapılması esas olmakla birlikte işin gerekliliği kapsamında 31.12.2023 tarihine kadar uygulanmak üzere 20.07.2022 tarih ve 5806 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı (Resmî Gazete, 21 Temmuz 2022, sayı:31899) gereği en fazla %75'lik kısmın bölge dışında da yapılabilmesi olanağı bulunmaktadır.

- Bölgede bulunan ve münhasıran Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetinde bulunanlara bu faaliyetlerinde kullanılmak üzere verilen yeni makine ve teçhizat teslimleri Katma Değer Vergisi'nden istisna tutulmuştur. Ancak bu makine ve teçhizatın üç yıl içinde bu bölgede ve bu faaliyetlerde kullanılması şarttır⁶. Ayrıca anılan yeni makine ve teçhizat teslimi yapanlar da 31.12.2024 tarihine kadar uygulanmak üzere bu işlemleri sebebiyle yükledikleri Katma Değer Vergilerini indirim yoluyla giderilebilirler⁷. İndirim yoluyla giderilemeyenler yükledikleri bu vergileri nakden veya mahsuben iadeye konu edilebilirler.

TGB kapsamında yararlanılan teşviklerden yararlanılması halinde, diğer mevzuatta belirtilen teşvik hükümlerinden yeniden yararlanılamamaktadır.

2.2. Ar-Ge Kanunu ile Tanınan Vergi Teşvikleri

Kısaca Ar-Ge Kanunu olarak adlandırılan 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun, genel olarak Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerinin ülke ekonomisine katkı sunması için gerekli olabilecek bir takım destek unsurlarını içinde barındıran özel bir kanundur. Bu özelliğinden ötürü daha önce de belirtildiği gibi 6728 sayılı Kanunla Gelir Vergisi Kanunu ve Kurumlar Vergisi Kanunu kapsamındaki Ar-Ge indirimi müesseseleri kaldırılarak tek bir

5 Asgari ücrete isabet eden gelir vergisi istisna tutulduğundan, ücretler üzerinden yapılacak diğer gelir vergisi kesintileri beyanname üzerinden terkin edilmektedir.

6 Katma Değer Vergisi Kanunu madde 13-1/m bendi.

7 Katma Değer Vergisi Kanunu geçici madde 39/1'inci fıkra.

yerde toplanması sağlanmıştır⁸. Bu çerçevede Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerine yönelik Ar-Ge Kanunu kapsamındaki vergisel teşvik unsurlarının şunlardan oluştuğu söylenebilir (www.yatirimadestek.gov.tr):

- “Vergiye tabi kazancın tespitinde indirim,
- Vergiye tabi kazancın tespitinde performans dayalı ilave indirim (Artırımlı Ar-Ge indirimi),
- Siparişe dayalı Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerinin vergiye tabi kazancın tespitinde indirim unsuru olarak kabul edilmesi,
- Personele ait gelir vergisi stopajı indirimi (kamu personeli hariç),
- Desteklenecek programlar mezunu personel istihdam desteği (sadece Ar-Ge merkezleri için geçerli),
- Sigorta primi işveren hissesi desteği (kamu personeli hariç),
- Damga vergisi istisnası,
- Gümrük vergisi istisnası,
- Katma değer vergisi istisnası,
- Yarı veya tam zamanlı üniversite öğretim elemanı istihdam olanağı,
- Yabancı uyruklu personel çalıştırmada kolaylık,
- Teknogirişim sermayesi desteği,
- Girişim sermayesi desteği,
- Gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin kendi bünyelerinde münhasıran yeni teknoloji ve bilgi arayışında yönelik Ar-Ge harcamalarının %100’ünün indirimi.”

Vergiye tabi kazancın tespitinde gerçekleştirilecek indirim desteği ise şu kalemlerden oluşmaktadır:

- “Teknoloji merkezi işletmelerindeki Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı,
- Ar-Ge merkezindeki Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı,
- Kamu kurum ve kuruluşları ile kanunla kurulan veya teknoloji geliştirme projesi anlaşmaları kapsamında uluslararası kurumlardan ya da kamu kurum ve kuruluşlarından Ar-Ge projelerini desteklemek ama-

8 Her ne kadar 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun “Muafiyet, istisna ve indirimlerin sınırı” başlıklı 35’inci maddesinde; “MADDE 35- (1) Diğer kanunlardaki muafiyet, istisna ve indirimlere ilişkin hükümler, kurumlar vergisi bakımından geçersizdir. (2) Kurumlar vergisi ile ilgili muafiyet, istisna ve indirimlere ilişkin hükümler, ancak bu Kanun, Gelir Vergisi Kanunu ve Vergi Usul Kanununa hüküm eklenmek veya bu kanunlarda değişiklik yapılmak suretiyle düzenlenir. (3) Uluslararası anlaşma hükümleri saklıdır.” hükmü bulunsa da bu hükmeye aykırı birçok düzenleme gibi Ar-Ge indirimine ilişkin hükümler de Ar-Ge Kanunu’nda toplanmıştır.

*cıyla fon veya kredi kullanan vakıflar tarafından veya uluslararası fonlar-
ca desteklenen Ar-Ge, yenilik ve tasarım projelerindeki Ar-Ge, yenilik ve
tasarım harcamalarının tamamı,*

- *Tasarım merkezindeki tasarım harcamalarının tamamı,*
- *Rekabet öncesi işbirliği projelerindeki Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı,*
- *Teknogirişim sermaye desteği alınmak suretiyle gerçekleştirilen Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamı,”*

Ar-Ge ve tasarım indirimine konu olabilecektir.

Diğer taraftan halen yürürlükte bulunan 01.08.2016 tarih ve 2016/9092 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'nca (Resmi Gazete, 10 Ağustos 2016, sayı:29797) Ar-Ge veya Tasarım Merkezlerinde bir yılda yapılan Ar-Ge, yenilik ve tasarım harcamalarının bazı koşullarda artırımlı olarak uygulanması söz konusudur. Bu kapsamda anılan harcamaların bir önceki yıla göre artış tutarının %50'si 31.12.2028 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinde kazancın tespitinde indirim konusu yapılır. Bunun için Ar-Ge veya Tasarım Merkezinde o yıl aşağıdaki göstergelerin herhangi birinde bir önceki yıla oranla en az %20 artış sağlanmış olmalıdır:

- “- *Ar-Ge veya Tasarım Harcamasının toplam ciro içindeki payı*
- *Tescil edilen ulusal ve uluslararası patent sayısı*
- *Uluslararası destekli proje sayısı*
- *Lisansüstü dereceli araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personeli sayısına oranı*
- *Toplam araştırmacı sayısının toplam Ar-Ge personeli sayısına oranı*
- *Ar-Ge sonucu ortaya çıkan yeni ürünlerden elde edilen cironun toplam ciroya oranı.”*

Ar-Ge, yenilik ve tasarım harcamalarının kazancın yetersiz bulunması sebebiyle indiriminin mümkün olmadığı durumlarda, indirilemeyen bu harcamalar yeniden değerlendirilerek değerlendirilerek (endekslenerek) takip eden yıla devredebilmektedir. Ayrıca Ar-Ge, yenilik ve tasarım harcamaları aktifleştirilirler ve üzerlerinden amortisman ayırmak suretiyle giderleştirilirler. Bu durumda iktisadi bir kıymetin oluşmaması halinde doğrudan gider konusu yapılırlar.

Ar-Ge, yenilik ve tasarım harcamalarına konu edilebilecek unsurlar 6 Seri No'lu 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Genel Tebliği'nde (Resmi Gazete, 30 Eylül 2016, sayı:29843) açıklanmıştır. Buna göre ilk madde ve malzeme

giderleri, amortismanlar, personel giderleri, genel giderler, dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler ile vergi, resim ve harçlar indirim konusu yapılabilecek harcamalardır.

Diğer taraftan bazı harcamalar Ar-Ge ve yenilik ile tasarım olarak kabul edilirken bazıları edilmemektedir. Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliği (Resmi Gazete, 10 Ağustos 2016, sayı:29797) (Ar-Ge Yönetmeliği) Ar-Ge ve yenilik sayılmayan faaliyetler ile tasarım sayılmayan faaliyetleri tek tek saymıştır. Bu yönetmeliğin 5'inci maddesine göre Ar-Ge ve yenilik sayılmayan faaliyetler aşağıda gösterilmiştir:

“a) Pazarlama faaliyetleri, piyasa taramaları, pazar araştırması ya da satış promosyonu,

b) Kalite kontrol,

c) Sosyal bilimlerdeki araştırmalar,

ç) Petrol, doğalgaz, maden rezervleri arama ve sondaj faaliyetleri,

d) İlaç üretim izni öncesinde Faz-1 ya da Faz-2 çalışmalarından en az biri yurt içinde gerçekleştirilmeksizin yapılan Faz-3 klinik çalışmalar ile üretim izni sonrasında gerçekleştirilen klinik çalışmalar,

e) Bir Ar-Ge projesi kapsamında olmaksızın icat edilmiş ya da mevcut geliştirilmiş süreçlerin kullanımı,

f) Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerine yönelik olmayan şekil, renk, dekorasyon ve benzeri estetik ve görsel değişiklikleri içeren biçimsel değişiklikler,

g) Programlama dilleri ile işletim sistemleri hariç olmak üzere, internet sitelerinin ve benzerlerinin hazırlanmasına yardımcı mevcut yazılımların kullanılması suretiyle yapılan yazılım geliştirme faaliyetleri,

ğ) Yazılımlara ilişkin, bilimsel veya teknolojik ilerlemeler veya teknolojik belirsizliklerin çözülmesini içermeyen olağan ve tekrarlanan faaliyetler,

h) Kuruluş ve örgütlenmeyle ilgili araştırma giderleri,

ı) Üretim ve üretim altyapısına yönelik yapılan yatırım faaliyetleri, ticari üretimin planlanması ve seri üretim sürecine ilişkin harcamalar,

i) Numune verilmek amacıyla prototiplerden kopyalar çıkarılıp dağıtılması ve reklam amaçlı tüketici testleri,

j) Bir Ar-Ge projesi kapsamında olmaksızın yeni süreç, sistem veya ürün ortaya konulmasına hizmet etmeyen doğrudan veya gömülü teknoloji transferi,

k) Ar-Ge ve yenilik faaliyetleriyle geliştirilen ürüne veya sürece ilişkin fikrî mülkiyet haklarının edinimi dışında bu hakların korunmasına yönelik faaliyetler.”

Tasarım sayılmayan faaliyetler ise Ar-Ge Yönetmeliğinin 6’ncı maddesinde sayılmıştır. Buna göre aşağıda sayılan faaliyetler, tasarım faaliyeti kapsamında değerlendirilmemektedir:

“a) Pazarlama faaliyetleri, piyasa taramaları, pazar araştırması ya da satış promosyonu,

b) Kalite kontrol,

c) Bir tasarım projesi kapsamında olmaksızın icat edilmiş ya da mevcut geliştirilmiş süreçlerin kullanımı,

ç) Kuruluş ve örgütlenmeyle ilgili araştırma giderleri,

d) Üretim ve üretim altyapısına yönelik yapılan yatırım faaliyetleri, ticari üretimin planlanması ve seri üretim sürecine ilişkin harcamalar,

e) Numune verilmek amacıyla prototiplerden kopyalar çıkarılıp dağıtılması ve reklam amaçlı tüketici testleri,

f) Bir tasarım projesi kapsamında olmaksızın yeni süreç, sistem veya ürün ortaya konulmasına hizmet etmeyen doğrudan veya gömülü teknoloji transferi,

g) Tasarım faaliyetleriyle geliştirilen ürüne veya sürece ilişkin fikrî mülkiyet haklarının edinimi dışında bu hakların korunmasına yönelik faaliyetler,

ğ) Paris Sözleşmesinin 2 nci mükerrer 6 ncı maddesi kapsamında yer alan hükümlerle alametleri ile bu kapsam dışında kalan ancak kamuyu ilgilendiren, dini, tarihi ve kültürel değerler bakımından halka mal olmuş ve ilgili mercilerin tescil izni vermediği işaretlerin, armaların, amblemlelerin, nişanların veya adlandırmaların uygunsuz kullanımını içeren tasarım faaliyetleri,

h) Kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı tasarım faaliyetleri.”

Ar-Ge Yönetmeliğinin 14’üncü maddesine göre ise Ar-Ge veya tasarım merkezlerinin sipariş usulüyle gerçekleştirdikleri faaliyetlerine yönelik yapılan harcamalarının %50’si bu merkezlerce, kalan kısmı ise sipariş işlemini veren mükelleflerce kazançlarının tespitinde indirimine tabi tutabilirler.

Yine Ar-Ge ve tasarım merkezlerinde çalışan personel (kamuda çalışanlar hariç) ücretleri hakkında gelir vergisi stopaj desteği bulunmaktadır. Buna göre bahsi geçen yönetmeliğin 10’uncu maddesi uyarınca kapsam-

daki personelin asgari ücret istisnasına isabet eden vergi düşüldükten sonra kalan vergi tutarının; doktoralı olanlar ile desteklenecek programlardan birinde en az yüksek lisans derecesine sahip olanlar için yüzde doksan beşi, yüksek lisanslı olanlar ile desteklenecek programlardan birinde lisans derecesine sahip olanlar için yüzde doksanı ve diğerleri için yüzde sekseni, verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden indirilmek suretiyle terkin edilmektedir.

Ar-Ge Yönetmeliği'nin 12'nci maddesine göre kanun kapsamındaki her türlü Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri ile tasarım faaliyetlerine ilişkin olarak düzenlenen kâğıtlar damga vergisinden müstesnadır.

Ar-Ge Yönetmeliği'nin 13'üncü maddesine göre kanun kapsamında yürütülen Ar-Ge, yenilik ve tasarım projeleri ile ilgili araştırmalarda kullanılmak üzere ithal edilen eşya, gümrük vergisi ve her türlü fondan, bu kapsamda düzenlenen kâğıtlar ve yapılan işlemler damga vergisi ve harçtan istisnadır.

4 Seri No'lu 5746 Sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Genel Tebliği'ne (Resmi Gazete, 30 Eylül 2016 sayı:29843) göre Ar-Ge merkezlerinde en az on beş, tasarım merkezlerinde de en az on tam zaman eş değer personelin istihdam edilmesi gerekmektedir. Ancak aşağıdaki faaliyet dalları için en az otuz tam zaman eş değer personelin bulunması gerekmektedir.

"a) C-İmalat başlığı altında yer alan:

29- Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı bölümü altındaki tüm sınıflar

30- Diğer ulaşım araçlarının imalatı bölümü altındaki aşağıdaki sınıflar

30.30- Hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı

30.40- Askeri savaş araçlarının imalatı

30.91- Motosiklet imalatı

30.99- Başka yerde sınıflandırılmamış diğer ulaşım ekipmanlarının imalatı"

2.3. Girişim Sermayesi Fonu

7263 sayılı kanun (Resmi Gazete, 03 Şubat 2021, sayı:31384) ile Ar-Ge kanununun 3'üncü maddesinin 14 numaralı fıkrasına eklenen fıkra hükmü ile 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'na eklenen Ek Madde 3'e göre Ar-Ge, yenilik ve tasarım indiriminden 1.000.000 TL ve üzerinde bir tutarda yararlanan kurumlar vergisi mükellefleri yarar-

landıkları indirim tutarının (veya teknokent kazanç istisnasının) %2'sini pasifte geçici bir hesaba aktarmak zorunda tutulmaktadır. Bu kapsamda aktarılması gereken tutar yükümlülüğü, yıllık bazda en fazla 20.000.000 TL olarak belirlenmiştir. Bu tutarın, geçici hesabın olduğu yılın sonuna kadar Türkiye'de yerleşik girişimcilere yatırım yapmak üzere kurulmuş girişim sermayesi yatırım fonu paylarının satın alınması veya girişim sermayesi yatırım ortaklıkları ya da 4691 sayılı Kanun kapsamındaki ku- luçka merkezlerinde faaliyette bulunan girişimcilere sermaye olarak ko- nulması zorunluluğu getirilmiştir. Fon hesabına alınan tutar, bir girişim sermayesi yatırım ortaklığına sermaye olarak konulduktan sonra bu or- taklıktan tekrar çıkılmasını engelleyecek bir hüküm madde metinlerinde yer almamaktadır (Özdemir, E. 2022:119). Girişim sermayesi fonuna aktarım yapılmaması halinde Ar-Ge Kanunu kapsamında yıllık beyanname üze- rinden indirim konusu yapılan tutarın %20'si, ilgili yılda yararlanılan Ar- Ge indirimine konu edilememektedir. Bu tutar nedeniyle zamanında alın- mayan vergiler ise vergi ziyai cezası uygulanmaksızın tarh edilecektir. Bu zorunluluklar yoluyla aslında hem AR-GE, tasarım ve yenilikçi alanlarda faaliyet gösteren işletmeler hem de sermaye piyasası sektörü dolaylı olarak desteklenmiş olmaktadır (Gülçin ve Köksal, 2022:25). Girişim sermayesi fonu ayrılma yükümlülüğü 01.01.2022 tarihinden itibaren yürürlüğe gir- miştir.

2.4. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile Ar-Ge Kanunlarının Kar- şılaştırılması

Genel olarak Ar-Ge faaliyetlerine yönelik vergisel teşvik mekaniz- maları 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Kanunu ile 5746 sayılı Ar-Ge ka- nununda düzenlenmiştir. Getirilen düzenlemelerin karşılaştırılması Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: 4691 ve 5746 sayılı Kanunların Karşılaştırılması

Tanım	4691 sayılı Kanun	5746 sayılı Kanun
Gelir/Kurumlar Vergisi	Yönetici şirketlerin, Kanunun uygulanması ile ilgili her türlü faaliyetleri sonucunda elde ettikleri kazançları 31/12/2028 tarihine kadar kurumlar vergisinden, Bölgede faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin, münhasıran bu Bölgedeki yazılım, tasarım veya Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları 31/12/2028 tarihine kadar gelir ve kurumlar vergisinden müstesnadır. Gayrimaddi hakların satışından kaynaklanan kazançların istisnadan yararlanacak kısmı bölgede elde edilen kazançta, ilgili proje için nitelikli harcamaların toplam harcamaya oranı esas alınır.	Ar-Ge merkezi, yenilik ve tasarım merkezi harcamalarının tamamı 13/6/2006 tarihli ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 10 uncu maddesine göre kurum kazancının ve 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 89 uncu maddesi uyarınca ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılır. Cumhurbaşkanınca belirlenen göstergelerden herhangi birinde bir önceki yıla göre en az yüzde yirmi artış sağlayan Ar-Ge veya tasarım merkezlerinde, o yıl yapılan Ar-Ge ve yenilik veya tasarım harcamalarının bir önceki yıla göre artış tutarının yüzde 50'si ticari kazancın tespitinde indirim konusu yapılabilecektir. Ayrıca kazancın yetersiz olması sebebiyle indirilemeyen tutarlar yeniden değerlendirilerek devreder.

Gelir Vergisi Stopaj Desteği	Bölgede çalışan Ar-Ge ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili ücretleri 31.12.2028 tarihine kadar her türlü vergiden müstesnadır. Ar-Ge ve tasarım personelinin bölgede yürüttüğü projelerle doğrudan ilgili olmak şartıyla bölge dışında çalışmanın zorunda olması durumunda bu faaliyetlere ilişkin ücretlerin %100'ü gelir vergisinden istisna edilecektir. Bölgede yer alan işletmelerde en az 1 yıl süreyle çalışan Ar-Ge ve tasarım personelinin yüksek lisans yapanlar için 1,5 yılı, doktora yapanlar için 2 yılı geçmemek üzere bölge dışında geçirdiği sürelerle ilişkin ücretlerinin %100'ünü aşmamak şartıyla Cumhurbaşkanı'nca ayrı ayrı veya birlikte belirlenecek kısmının gelir vergisinden istisna edileceği belirtilmiştir. Bu istisnanın uygulanabilmesi için lisansüstü eğitimde geçirilecek süre, üniversiteden onaylı ders programı alınarak bölge yönetici şirketinin onayı ile hesaplanacağı belirtilmiştir. Muafiyet kapsamındaki destek personeli sayısı Ar-Ge personeli sayısının yüzde onunu aşamaz. Yine doktoralı personelin bölgedeki girişimcilere mentorluk yapması durumunda 8 saati geçmemek üzere bu çalışmaları gelir vergisi teşvikinden yararlanır.	5746 sayılı Kanun kapsamında, kamu personeli hariç olmak üzere Ar-Ge merkezlerinde çalışan Ar-Ge ve destek personelinin; bu çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretlerinin Doktoralı veya desteklenecek program alanlarından birinde en az yüksek lisans derecesine sahip olanlar için yüzde doksan beşi (%95) Yüksek lisans derecesine sahip veya desteklenecek program alanlarından birinde lisans derecesine sahip olanlar için yüzde doksanı (%90) Diğerleri için yüzde sekseni (%80) üzerinden tahakkuk edecek vergiden mahsup edilir. Ayrıca merkez dışında da bulunulması zorunlu ise bu destekten yararlanılmaya devam edilir. Yine doktoralı personelin üniversitelerde Ar-Ge ve yenilik alanında ders vermesi durumunda haftalık 8 saati geçmemek üzere bu çalışmaları gelir vergisi stopajı teşvikinden yararlanır.
Sigorta Prim Desteği	Kamu personeli hariç 4691 sayılı Kanun çerçevesinde ücreti gelir vergisinden istisna olan personelin bu çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretleri üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin yarısı Maliye tarafından karşılanmaktadır.	5746 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde yürütülen Ar-Ge projelerinde ve Ar-Ge merkezlerinde çalışan Ar-Ge ve destek personelinin Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerine ilişkin çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretleri üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin yarısı, Maliye tarafından karşılanmaktadır.
Ücret Damga Vergisi Desteği	Bu kanun kapsamında bölgede çalışan Ar-Ge, tasarım ve destek personelinin bu görevleri ile ilgili elde ettikleri ücretleri damga vergisinden istisna edilmiştir.	Kamu personeli hariç Ar-Ge, tasarım ve destek personelinin Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerine ilişkin çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretleri damga vergisinden istisna edilmiştir.
Damga Vergisi Teşviki	Ücretler dışında damga vergisi istisnası yoktur. Yönetici şirket, bu kanunun uygulanması ile ilgili olarak düzenlenen kağıtlardan ve yapılan işlemlerden dolayı damga vergisinden ve harçtan muaftır.	Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerine ilişkin düzenlenen kağıtlardan Damga Vergisi alınmaz.
KDV İstisnası	Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerinde bulunanlara, münhasıran bu faaliyetlerinde kullanılmak üzere yapılan yeni makina ve teçhizat teslimleri istisnadır.	Ar-Ge, yenilik ve tasarım faaliyetlerinde bulunanlara, münhasıran bu faaliyetlerinde kullanılmak üzere yapılan yeni makina ve teçhizat teslimleri istisnadır.
Gümrük Vergisi İstisnası	Bölgelerde Kanun kapsamında yürütülen yazılım, Ar-Ge, yenilik ve tasarım projeleri ile ilgili araştırmalarda kullanılmak üzere ithal edilen eşya, gümrük vergisi ve her türlü fondan müstesnadır.	Kanun kapsamında yürütülen Ar-Ge, yenilik ve tasarım projeleri ile ilgili araştırmalarda kullanılmak üzere ithal edilen eşya, gümrük vergisi ve her türlü fondan, bu kapsamda düzenlenen kağıtlar ve yapılan işlemler damga vergisi ve harçtan istisnadır.
Geçerlilik Süresi	31/12/2028 tarihine kadar geçerlidir.	31.12.2028 tarihine kadar geçerlidir.

Kaynak: Yazar tarafından son mevzuat hükümlerine göre düzenlenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Ar-Ge, esas itibariyle gelecekle ilgili olası bir buluşun, yeniliğin ve dolayısıyla inovasyonun öncül çalışmalarını oluşturmaktadır. Bu bakımdan sonucu belirsiz, riski yüksek alanlarda harcama/yatırım yapmak özel sektör kuruluşları açısından bu alanlara isteksiz yaklaşılmasına neden olmaktadır. Bir başka ifade ile kâr elde etme olasılığı olmadıkça Ar-Ge faaliyetleri firmalar tarafından üstlenilmeyecektir (Kutbay, H, 2018:82). Devletlerin bu alana temel gelişmişlik düzeyiyle paralel gitmesi karşısında destekler sunması, küresel rekabet açısından da önemli görülmektedir. Diğer yandan ülkelerin Ar-Ge yoğunluklarının artış eğiliminde olmaları rekabetin hızlandığını da göstermektedir.

Teknoloji üretmenin ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmenin anahtarı Ar-Ge faaliyetinde bulunmaktır. Yapılan çalışmalar bilim ve teknolojiadaki ilerleme düzeyi ile ekonomik gelişmişlik düzeyi ve buna bağlı olarak toplumsal refah düzeyinin eş anlı yürüdüğünü göstermektedir. Bilim ve teknolojiye ilerleyen, yenilikleri ilk olarak elde edip pazara sunan firma ve ülkelerin, diğer firma ve ülkelere göre uluslararası rekabette daha üstün hale geldiği bilinmektedir. Rekabet gücünü arttırmak isteyen firmaların ve ülkelerin yüksek Ar-Ge yoğunluğuna, yüksek yenilikçilik becerisine ve yüksek katma değer üretimine dayanan rekabet üstünlüğü anlayışına geçmeleri gerekmektedir.

Rekabet edebilirliğin giderilmesine, ekonomik ve teknolojik ilerlemesine yönelik atılan adımlar başta olmak üzere son yıllarda ülkemizin Ar-Ge yoğunluğunun sürekli bir artış eğiliminde olduğu da bir gerçektir. 2016 yılında %0,938 olan Ar-Ge yoğunluğumuz 2021 yılında gelene dek artışını sürekli sürdürmüş ve 2021 yılı itibariyle %1,13 olmuştur. Ancak bu oranlar dünyada gelişmiş ülkelerin oranlarına yaklaşamamıştır.

Ülkemizde Ar-Ge faaliyetlerine dönük vergisel teşvikler; önceleri Kurumlar Vergisi ile Gelir Vergisi Kanunlarında düzenlenmişken, 2016 yılında yapılan değişikliklerle Ar-Ge Kanunu ile Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunlarında düzenlenmiş ve dağınık yapı biraz da olsa sadeleştirilmeye çalışılmıştır.

Türk hukukunda Ar-Ge'nin teşvik edilmesine yönelik başat hukuki düzenlemelerin istenilen amaçlara ulaşp ulaşmadığının test edilmesi için Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı istatistiklerine bakılmaktadır (www.gib.gov.tr). Gelir İdaresi Başkanlığı'nın internet sitesinde yer alan veriler güncel olmayıp, vergi mahremiyeti kapsamında sonraki yılların yayımı durdurulmuştur. Ancak Ar-Ge konusunda bir fikir vereceği açıktır. En son 2013 yılı beyanname verileri yayımlanmıştır. Bu verilere göre Ar-Ge teşviklerinin çok etkili uygulandığı, mükellefler tarafından talep gördüğü söylenemez. Bu kapsamda olmak üzere 2011 yılında 51, 2012 yı-

lında 62 ve 2013 yılında ise 23 adet gelir vergisi mükellefinin mülga GVK 89/9. maddesindeki Ar-Ge indirimi müessesesinden yararlandığı, yararlanan Ar-Ge indirimi tutarlarının da yıllar itibariyle sırasıyla 2.361.021,23 TL, 3.290.212,80 TL ve 4.707.047,69 TL olduğu görülmektedir. Yine gelir vergisi mükelleflerinden olup da 5746 sayılı Ar-Ge Kanunu kapsamındaki teşviklerden yararlanan mükelleflere baktığımızda 2011 yılında 43, 2012 yılında 58 ve 2013 yılında 73 adet kurumlar vergisi mükellefinin Ar-Ge harcaması teşvikinden yararlandığı görülmektedir. Aynı yıllar bakımından Gelir Vergisi faal mükellef sayılarına bakıldığında da 2011 Aralık ayı itibariyle 1.703.754 adet, 2012 Aralık ayı itibariyle 1.760.785 adet ve 2013 Aralık ayı itibariyle de 1.798.056 adet olduğu dikkate alındığında Gelir Vergisi mükelleflerinden Ar-Ge indirimine ilişkin hükümlerden yararlanan mükellef grubunun çok yetersiz olduğu söylenebilir.

Konuyu kurumlar vergisi açısından ele aldığımızda da nitelik olarak hemen hemen aynı sonuçları görebilmekteyiz. Mülga KVK/10-1-a bent hükmünden yararlanan kurumlar vergisi mükellefi sayısı 2011 yılında 250, 2012 yılında 245 ve 2013 yılında da 247 olmuştur. Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde elde edilen yazılım ve Ar-Ge faaliyetinden elde edilen kazanç istisnasından 2011 yılında 749, 2012 yılında 850 ve 2013 yılında da 962 kurumlar vergisi mükellefinin yararlandığı anlaşılmaktadır. Kurumlar vergisi mükelleflerinden 5746 sayılı Ar-Ge. Kanunu kapsamındaki teşvikten yararlanan mükellef sayısı 2011 yılında 467, 2012 yılında 544 ve 2013 yılında da 562 olmuştur. Kurumlar Vergisi faal mükellef sayılarına bakıldığında da 2011 Aralık ayı itibariyle 663.397 adet, 2012 Aralık ayı itibariyle 662.190 adet ve 2013 Aralık ayı itibariyle de 662.225 adet olduğu dikkate alındığında Kurumlar Vergisi mükelleflerinden Ar-Ge indirimine ilişkin hükümlerden yararlanan mükellef grubunun çok yetersiz olduğu söylenebilir.

Bu belirlemeler çerçevesinde ülkemizde Ar-Ge faaliyetlerine yönelik ihdas edilen Ar-Ge kanunu ile teknokent kanun hükümleri ile uygulamada karşılaşılan sorunlar birlikte değerlendirildiğinde, uygulamanın karmaşık ve dağınık bir yapıda olduğu görülmektedir. Bu karmaşa nedeniyle de Ar-Ge faaliyetlerine yönelik istenilen düzeyde, sayıda ve tutarda teşviklerden yararlanılamadığı bilinmektedir. Son yıllarda Ar-Ge yoğunluğunun artması olumlu olmakla birlikte, rekabetçi ve katma değer yaratan teknolojik atılımı sağlamaya dönük bir hamlenin henüz gerçekleşmediği anlaşılmaktadır.

Bu kapsamda olmak üzere ülkemizde Ar-Ge'ye yönelik vergisel teşvik mekanizmalarının uygulanabilir ve etkin kullanımının sağlanması ve böylece gelişmişlik düzeyimizin her yönden artırılabilmesine olanak sunabilmesi için şu hususlar hakkında adımların atılması gerektiği düşünülmektedir:

- Teşvik mevzuatının sıklıkla değiştirilmemesi, daha anlaşılır ve sade bir dille düzenlenmesi gerekir. Mevzuat değişikliklerinin sıklığı, takip ve uygulama açısından sorunlar ve karışıklıklar yaratmaktadır.

- Özellikle vergisel teşvikten yararlanacaklara sunulan rehberlik faaliyetlerinin genişletilmesi ve sadeleştirilmesi uygulayıcılar için büyük önem taşımaktadır.

- Meri mevzuatın teşvik mantığındaki ‘önce harca sonra desteklen’ uygulamalarının esnetilmesi, maddi olanağı olmayan ancak geliştirilmeye açık fikri bulunanlara gerekli ve yeterli finansman desteklerinin yapısının genişletilmesi, kullanımının kolaylaştırılması, vergisel bağışlıkların özendirici nitelikte bulunması, bürokratik aşamaların basitleştirilmesi gerekmektedir. Bu sayede gelişmeye matuf fikirler finansman ve dolayısıyla vergi yönüyle de desteklenecektir.

KAYNAKÇA

- 01.08.2016 tarih ve 2016/9092 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı, 10.08.2016 tarih ve 29797 sayılı Resmi Gazete.
- 03.06.2011 tarihli ve 635 sayılı Kanun Hükmünde Kararname, 08.06.2011 tarih ve mükerrer 27958 sayılı Resmi Gazete.
- 1 Seri No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliği, 03.04.2007 tarih ve 26482 sayılı Resmi Gazete.
- 15/6/2012 Tarihli ve 2012/3305 Sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar, 19.06.2012 tarih ve 28328 sayılı Resmi Gazete.
- 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu, 06.01.1961 tarih ve 10700 sayılı Resmi Gazete.
- 20.07.2022 tarih ve 5806 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı, 21.07.2022 tarih ve 31899 sayılı Resmi Gazete.
- 29.11.2022 tarih ve 6435 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı, 30.11.2022 tarih ve 32029 sayılı Resmi Gazete.
- 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu, 02.11.1984 tarih ve 18563 sayılı Resmi Gazete.
- 3143 sayılı Kanun, 18.01.1985 tarih ve 18639 sayılı Resmi Gazete.
- 3238 sayılı Kanun, 11.12.1985 tarih ve 18955 sayılı Resmi Gazete.
- 4 Seri No'lu Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Genel Tebliği, 30.09.2016 tarih ve 29843 sayılı Resmi Gazete.
- 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, 06.07.2001 tarih ve 24454 sayılı Resmi Gazete.
- 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, 06.02.2004 tarih ve 25365 sayılı Resmi Gazete.
- 5228 sayılı Kanun, 31.07.2004 tarih ve 25539 sayılı Resmi Gazete.
- 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu, 21.06.2006 tarih ve 26205 sayılı Resmi Gazete.
- 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun, 12.03.2008 tarih ve 26814 sayılı Resmi Gazete.
- 6 Seri No'lu Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Genel Tebliği, 30.09.2016 tarih ve 29843 sayılı Resmi Gazete.
- 6015 sayılı Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun, 23.10.2010 tarih ve 27738 sayılı Resmi Gazete.
- 6728 sayılı Kanun, 09.08.2016 tarih ve 29796 sayılı Resmi Gazete.
- 7263 sayılı Kanun, 03.02.2021 tarih ve 31384 sayılı Resmi Gazete.

- Altunsabak, M. (2008). Gelir ve Kurumlar Vergisi Mükellefleri Açısından Ar-Ge İndirimi, *Lebib Yalkın Mevzuat Dergisi*, 56(8), 154-158.
- Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliği, 10.08.2016 tarih ve 29797 sayılı Resmi Gazete.
- Asgarov, F. (2008). *T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Devlet Destekleri ve İhracat Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Bakmaz, Z. ve Güzel, V. (2022). Finansman Giderleri Açısından Ar-Ge İndirim. *Vergi Dünyası Dergisi*, 496(12), 38-51.
- Başak, L. (2008). Türkiye'deki Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesinde Kamu Otoritesince Sağlanan Teşvik Unsurlarının Etkinliği, *Vergici ve Muhasebeciyle Diyalog Dergisi*, 242(6), 32-41.
- Baydar, U. (2021). Ar-Ge, Yenilik ve Tasarım Faaliyetlerinde Bulunan Mükelleflerle 5746 Sayılı Kanunla Tanınan Vergi Avantajları, *Vergi Sorunları Dergisi*, 391(4), 84-97.
- Bayhan, T. (2008). Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerine Sağlanan Yeni Teşvikler, *Vergi Raporu Dergisi*, 104(5), 98-102.
- Bozdoğanoglu, B., ve Kaya, I. H. (2014). Ar-Ge Faaliyetlerinin Uluslararasılaştırılması ve Ar-Ge Teşviklerinin Yatırım Yeri İle Yatırımcı Kararlarına Etkisi, *MHD*, 10(109), 3-20.
- Boztosun, A.O. (2005). 2003/2 Sayılı Grup Muafiyeti Tebliği Işığında Rekabet Hukukumuzda Ar-Ge İşbirliklerinin Değerlendirilmesi, *AÜEHFD*, IX(2), 475-511.
- Çankaya, M. (2004). Ar-Ge Harcamalarına Yönelik 5228 Sayılı Yasa'yla Getirilen Teşvikler, *Yaklaşım Dergisi*, 12(142), 109-112.
- Çiloğlu, İ. (1997). Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi, *Hazine Dergisi*, 8(10), 1-15.
- Çolakoğlu, M.A. (2000). Ar-Ge Faaliyetlerinin AB ve Türkiye'deki Durumu ve İlgili Teşvik Politikalarının Değerlendirilmesi, *Uzmanlık Tezi*, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Ankara.
- Devellioğlu, F. (1999). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, 16. b., Ankara: Aydın Kitabevi.
- Dürüs, İ. (2005). *Türkiye'de Vergi Teşvik Önlemleri, Mahiyeti Ve Etkinliği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Ertuğrul, İ. (2004). İmalat Sanayinde Ar-Ge Stratejisi ve Denizli Sanayinde Ar-Ge Çalışmalarına İlişkin Bir Araştırma, *Akdeniz Üniversitesi İİBF*, 4(7), 84-97.

- Gülçin, K ve Köksal, A. G. (2022). Ar-Ge ve Teknopark İşletmelerine Getirilen Girişim Sermayesi Yatırım Fonu Ayırma Zorunluluğunun Vergilendirme ve Uygulama Esasları, *Vergi Raporu Dergisi*, 276(9), 11-27.
- Günaydın, İ ve Can, F. (2008). Dünyada ve Türkiye’de Ar-Ge Vergi Teşvikleri, *Vergi Dünyası Dergisi*, 318(2), 4-31.
- Güneş, G. (1997). *Türk Hukukunda Entelektüel Sınai Haklar ve Vergilendirilmesi*, İstanbul:Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Arastirma-Gelistirme-Faaliyetleri-Arastirmasi-2021-45501> (03.12.2022).
- <https://gib.gov.tr/yardim-ve-kaynaklar/istatistikler> (01.12.2022).
- <https://www.sanayi.gov.tr/istatistikler/istatistiki-bilgiler/mi0203011501.02.12.2022>.
- https://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/subsidy_e.htm (09.08.2013).
- https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/dosyalar/detay_arge_ve_tasarim_merkezlerine_yonelik_tesvikler.pdf (02.12.2022).
- İnce, E. (2011). Türkiye’nin Ar-Ge Faaliyetlerindeki Durumu ve 6170 Sayılı Kanun’la Genişletilen Teşvikler, *Vergi Sorunları Dergisi*, (271), www.vergisorunlari.com.tr/makale.aspx?makaleno=3894 (02 Nisan 2012).
- İncekara, A. (1995). *Türkiye’de Teşvik Sistemi (Genel Değerlendirme)*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayın No:1995/10.
- Kiraz, A. (2010). *Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerine Sağlanan Vergi Avantajları*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Korkmaz, M. (2015). Uluslararası Vergi Rekabeti ve Türkiye’nin Durumu, *Vergi Sorunları Dergisi*, (322), http://www.vergisorunlari.com.tr/makale_login.aspx?makaleno=5646 (12 Ağustos 2015).
- Kutbay, H. (2018). Türkiye’de Ar-Ge Faaliyetlerine Sağlanan Vergi Teşvikleri: Tarihsel Bir Perspektif, *Vergi Sorunları Dergisi*, 352(1), 81-102.
- Mucuk, İ. (2008). *Modern İşletmecilik*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- OECD, (2010). *Competition Policy, State Aids and Subsidies 2010*, DAF/COMP/GF(2010)5, 19 Mayıs 2011.
- OECD, R&D Spending, <https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm> (03.12.2022).
- OECD. (2002). *Frascati Kılavuzu: Araştırma ve Deneysel Geliştirme Taramaları İçin Önerilen Standart Uygulama*, Ankara: TUBİTAK Yayınları.
- Olgaç, C. ve Bulut, M. (2014). *İstihdam Teşvikleri 6486 sayılı Kanun İle Getirilen Yeniliklerle, 1. b.*, Ankara:Muhasebe Denetim Basın Yayın, TÜROMB Yayınları-463.

- Özdaş, Y. (2009). *Türkiye’de Uygulanan Yatırım Teşvikleri ve Diyarbakır Bölgesinde Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi SBE, Adana.
- Özdemir, B. (2006). *Küreselleşme Bağlamında Türk Vergi Sisteminin Değerlendirilmesi*, Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları.
- Özdemir, E. (2022). Ar-Ge ve Tasarım Faaliyetlerinde Girişim Sermayesi Uygulamaları, *Vergi Sorunları Dergisi*, 405(6), 116-121.
- Püsküllüoğlu, A. (1997). *Arkadaş Türkçe Sözlük*, 2. Baskı, Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Selen, U. (2011). *Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Uygulamaları*, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Tan, M. ve Erdem, T. (2010). *Türkiye’de Ar-Ge Teşvikleri*, İstanbul:İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2010-17.
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği, 10.08.2016 tarih ve 29797 sayılı Resmi Gazete
- TOBB, (2004). *Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Destekleri Rehberi*, Sayı.3, Ankara: TOBB Yayınları.
- Topal, M.H. (2006). *Uluslararası Kuruluşların Teşviklere Bakışı ve Türk Teşvik Sisteminin Bu Çerçeve Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi SBE, Trabzon.
- Tuncer, S. (2010). *Türkiye’de Ar-Ge Teşvikleri ve Uygulaması*, Ankara:Yaklaşım Yayıncılık.
- Ulaş, D. (2003). *Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejisi Olarak Ortak Girişimler (Joint Venture) ve Türkiye’de Uygulamaları*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- www.tdk.gov.tr/index.php?option=comİgts&arama=gts&guid=TDK.GTS.529c7573602531.37049545 (4 Temmuz 2013)
- Yeşilay, G. (2006). *Avrupa Birliği’nde Ar-Ge’lere Sağlanan Teşvikler ve Türkiye Uygulaması*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir.
- Yılmaz, E. (1996). *Hukuk Sözlüğü*, 5. b., Ankara:Yetkin Basımevi.

“

Bölüm 19

ÇEVRE MUHASEBESİ: KARS İLİNDE BİR UYGULAMA ¹

Kadir Deniz²

Seyhan Öztürk³

”

1 Bu çalışma Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yüksek lisans tezi olarak sunulmuş ve kabul edilmiş olan tezden türetilmiştir.

2 Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, kadir.deniz36@hotmail.com, ORCID:0000-0001-8204-1006

3 Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman ABD. seyhan87ozturk@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1458-840X

GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler insanların hayatını kolaylaştırmakla birlikte bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Bunun yanında yaşanan hızlı nüfus artışı, çarpık şehirleşme, savaşlar, nükleer denemeler; gü-rültü, ses, su, kimyasal kirlilik gibi bazı çevre sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlar çevre muhasebesini ilgilendirmekle birlikte; bu alanla bağlantı kurularak çözüm bulmayı gerektirmektedir.

İnsanların talep ve istekleri tüketimin artmasına neden olmuştur. Buda teknolojik yeniliklere vesile olmuştur. Sanayi sektörünün gelişmesine bağlı olarak insanlığın sonsuz ihtiyaçları sürdürülebilir ekonomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Firmaların teknolojiyle birlikte fazla kar etmesine karşılık çevreye verdikleri zararı minimumda tutması veya çevreye hiç zarar vermemesi gerekmektedir. Alınacak önlemlerle işletmelerin çevre muhasebesinden yararlanarak istedikleri noktaya gelmeleri mümkündür.

Çevre muhasebesi çevreye daha duyarlı olacak şekilde muhasebe işlemlerini sürdürmeye amaçlamaktadır. Konunun günümüzde artan öneme binaen bu çalışmada öncelikle çevre, çevre muhasebesi kavramlarına değinilmiş sonrasında çevre muhasebesi konusunda yapılan bir alan araştırmasına yer verilmiştir. Araştırma bağlamında Kars ilinde faaliyet gösteren işletmelerin çevre, çevre sorunları ve çevre muhasebesine yönelik algıları ortaya konmaktadır.

1.ÇEVRE VE ÇEVRE MUHASEBESİ KAVRAMLARI

Çevrenin farklı açılardan birçok tanımı yapılabilir. Çevrede bulunan hem canlı hem de cansız varlıklar, etkileşimde bulunan taraflardan etkilendir ve onları etkiler. Çevre kavramının ana içeriği insandır. Çevresel unsurların merkezinde insan yer almakta, çevre unsurlarını doğrudan veya dolaylı olarak şekillendirmektedir. Bu doğrultuda insanların çevreye ciddi şekilde müdahale etmesi, yeni bir işletme anlayışı olan çevre muhasebesi kavramını ortaya çıkarmıştır (Apalı, 2018: 38).

1960'lerden sonra çevre kirliliğinin ve çevre sorunlarının kaçınılmaz olarak artması nedeniyle çevre muhasebesi devletin ve toplumun baskısı altında ortaya çıkmıştır. Çevre koruma bilincinin gelişmesiyle birlikte işletmeler çevre kirliliğini engellemek, çevresel gelişmeyi sağlamak için farklı sorumluluklar üstlenmekte ve çevresel zararları tanımlayarak bu zararları düşürmeye çalışmaktadırlar. İşletmelerin çevresel konularla ilgili bilgileri toplaması, işlemesi ve raporlaması lazım, bu nedenle çevresel etkileri muhasebe bilgi sistemlerine dahil etmek gerekir. Çevre muhasebesi uygulamaları işletmelere sadece stres gruplarının ihtiyaçlarına cevap vermede katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda işletme çevre duyarlılığına

sahip tüketicileri kendine çekerek rekabetçi bir ortamda maliyet, vergi ve kar performansını artırmaktadır (Cin, 2021: 11-12).

Çevre muhasebesi, her şeyden önce büyük işletmelerin yönetiminde çevre yönetim sistemlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde faaliyet alanları büyüyen ve yaygınlaşan konaklama işletmeleri, birden fazla faaliyet alanlarını bünyesinde barındıran işletmeler oldukları için çevre ile devamlı etkileşim halindedir. Ayrıca işletmelerin yatırım basamağından başlayarak faaliyetlerinin her basamağında çevre yönetim modellerini aktif bir şekilde uygulamaları gerekli olmaktadır. Bu husus konaklama işletmeleri ve diğer işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışıyla doğrudan ilişkilidir. Ayrıca sürdürülebilir bir varlığın geleceği için çevre anlayışı kadar çevre muhasebesi de önemlidir (Dalğar ve Yıldırım, 2016: 3)

Çevre muhasebesi, geleneksel ve çevresel yönetim kararlarında kullanılmak üzere üretim süreçleri, çevresel maliyetler ile ilgili bilgilerin belirlenmesi, analiz edilmesi ve raporlanması ile iç ve dış paydaşlara raporlanması faaliyeti bir bütün olarak ifade edilebilmektedir. Çevre muhasebesi, sorumluluk kapsamında olmayan ticari faaliyetlerden kaynaklanan maliyetleri de içermektedir (Parlak, 2020: 126).

Çevre muhasebesi, çevrenin durumu ve gelişimi hakkında büyük düzeyde bilgiler üreterek ve finansal muhasebedeki ölçüm fonksiyonlarını çevresel değerlere uygulayarak ekonomi ve çevre arasındaki etkileşimi açıklayan istatistiksel bir sistemdir (Mutlu, 2007: 84).

Çevre muhasebesinin artan farkındalığı ile birlikte içerdiği bazı konular kendilerinden bağımsız hale gelmiş ve yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlardan iki tanesi yeşil muhasebe ve karbon muhasebesidir. Bu konular bazı kaynaklarda çevre muhasebesi adı altında gruplandırılrsa da içeriğinde birtakım farklılıklar bulunmaktadır (Karakoyun, 2020: 49).

Yeşil bir muhasebe sisteminde, çevresel bilgi muhasebesinin parasal karşılığı belge çerçevesinde belirlenmelidir. İşletmeler hem çevre sorunlarını çözmek hem de çevre kalitesini en üst düzeye çıkarmak için işbirliği yapar. Muhasebe bilimi, yeşil muhasebe kavramını ortaya çıkarmakta ve çevre sorunlarının çözümüne katkı sağlamaktadır (Süklüm, 2019: 164). Karbon muhasebesi, bir ticari faaliyet içerisinde ayrıntılı olarak karbon emisyonu verilerinin toplanması, bu verilerin ölçülmesi ve hesaplanması ile buradaki verilerin karbondioksit eşdeğerlerine dönüştürülmesi işlevini gerçekleştirmektedir (Şimşek, 2019: 66-67).

Çevresel maliyetlerin bir kısmı; işletmelerin çevreyi korumak için yürüttükleri faaliyetlerden dolayı, bir kısmı çevre unsurlarını kullanan fa-

aliyetler, bir kısmı ise çevreye sebep oldukları çevre kirliliğidir. İşletme yönetimi, çevresel uyumu esas alan karar verme ve yönetim stratejilerinde; ürünleri çeşitlendirirken ve fiyatlandırırken, üretim aşamasında girdileri tercih ederken, çevre kirliliği önleme programlarını ve atık yönetimi alternatiflerini değerlendirirken çevresel maliyet verilerini kullanır (Yanar, 2019: 33-34).

2.ARAŞTIRMA

Bu kısımda yapılan araştırma ile ilgili bilgiler ve analiz sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yapılan çalışmada Kars şehir merkezinde çeşitli alanlarda faaliyet gösteren işletmelerin çevreye ve çevre muhasebesi konusuna dair değerlendirmelerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu temel amacın yanında işletmelerin çevreyle ve çevre muhasebesi ile ilgili yaklaşımlarını değerlendirmek hedeflenmiştir.

Dolayısıyla bu çalışmada Kars ve çevre muhasebesinin eş zamanlı olarak ele alınmasının literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu durum çalışmanın önemini artırmaktadır. Aynı zamanda, mevcut araştırma ile bölgede faaliyet gösteren işletme karar vericilerinin çevre muhasebesi hakkındaki algılarını geliştirmek öngörülmektedir.

2.2.Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını; Kars şehir merkezinde faaliyetlerini sürdüren ve Kars belediyesi resmi kayıtlarında bulunan her tür faaliyet sahibi işletmeler oluşturmaktadır.

Bilimsel çalışmaların genelinde olduğu gibi bu alan araştırmasında da çeşitli yönlerden birtakım sınırlamalar yer almaktadır. Bunlar:

Araştırma tasarımının kesitsel nitelikte olması ve belirli bir dönemi kapsaması, araştırmanın sınırlarından birini oluşturmaktadır.

Araştırmadan elde edilen verilerin doğruluğu ve geçerliliği; veri toplama yöntemi için kullanılan anket formunda bulunan ifadeler, ifade cümlelerinin özellikleri ve kullanılan ölçek ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırma kapsamında tetkik edilen kavramlara bağlı olarak ölçüm araçlarının her ne kadar geçerliliği ve güvenilirliği olsa da sosyal bilimler yönünden bir kesinlik oluşturamadığı için bu durum araştırma sonuçlarının yorumlanabilmesi bakımından önem arz eden bir diğer kısıt olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırmadaki veriler ve ortaya çıkan bulgular, araştırmaya katılanlar ve onların anketteki ifadelerle katılma düzeyleri ile sınırlı olmaktadır.

Bu çalışmadaki tüm bilgi, konuyla ilgili varılan yargı ve değerlendirmeler, faydalanılan bilimsel kaynaklar; istatistiksel analizlerin sonuçları, araştırmacının kullandığı bilimsel kaynaklar ve analiz sonuçlarına bağlı ulaştığı yargılar ile sınırlı tutulmuştur.

2.3. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Çalışmada veriler anket yöntemi ile gönüllülük esasına dayalı olarak toplanmıştır. Uygulamada kullanılan anket soruları hazırlanırken ilgili literatür ve konuyla ilgili daha önce yapılmış çalışmalar kılavuz alınmıştır.

Anket soruları Eray Çetin'in 2011 yılında yaptığı "Üretim İşletmelerinin Sosyal Bir Sorumluluk Olarak Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem: Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Üretim İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama" çalışmasından esinlenerek hazırlanmıştır.

Veri toplamada kullanılan anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımdaki 8 soru işletme hakkında genel bilgiler içermektedir. İkinci kısımda, işletmelerin çevre hakkındaki yaklaşımlarına ilişkin görüşlerini almaya yönelik 10 ifade; üçüncü kısımda ise, işletmelerin çevre muhasebesi yöntemlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan 16 ifade yer almaktadır.

2.4. Analiz Yöntemi

Araştırmanın evrenini Kars şehir merkezinde faaliyetlerini sürdüren belediyeye kayıtlı 2907 işletme oluşturmaktadır.

"Örneklem büyüklüğünü hesaplamak için ise; eğer ana kütle büyüklüğü biliniyorsa; $n = \frac{Nt^2 pq}{d^2 (N-1) + t^2 pq}$ formülü kullanılır (<http://www.istatistik-tezdestek.com/orneklemhesaplama#sampling> Erişim Tarihi: 11.01.2021)". Bu formül ile çıkan örneklem büyüklüğü yüzde 95 güven düzeyinde 339 adettir. Ancak uygulamanın zaman ve mekân kısıtları olması ve bazı anketlerin değersiz çıkması sonucu 382 adet anket analiz edilmeye değer bulunmuştur. Bu durumda araştırmanın örneklemini 382 işletme oluşturmaktadır.

Yapılan anket çalışmasında elde edilen veriler; SPSS programıyla analiz edilmiştir. Veriler arasında anlamlı bir farkın olup olmadığına bakmak için analizlerde çapraz tablo ve ki kare testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmek için de Kramerin V'si kullanılmıştır.

Çapraz tablodaki çözümlemenin (parametriği bulunmayan istatistiksel olan analiz çeşitlerinden biri) arkasındaki temel varsayım, uygulanan

değişkenlerinde normal dağılmadığıdır. Ayrıca örneklemin boyutu küçük olduğunda kullanılır. Çapraz tablolar, takip edilen amaca bağlı olarak üç şekilde yapılır (Ünal, 2017: 92).

Bir değişkenin diğeri üzerinde olan etkisini göstermek için (çizgi düzeyi (satırda yatay yönünde ise) değişkeni bağımsız değişken ise yüzde yönü o yöndedir. Fakat argüman sütunun dikey yönünde olan bir değişken olursa, o yönde gerçekleştirilir).

Bir grubun bileşimini (dağılımını) saptamak amacıyla

Çapraz değişkenlerden kaynaklanan muhtemel alt grupların genel bileşimini saptamak amacıyla.

Ki karenin değerinin geleneksel anlamlılık düzeyinde 0.50'nin altında ise ilişki vardır. İki değişken arasındaki ilişkinin olduğunu belirledikten sonra bir değişkenin diğer bir değişken üzerinde olabildiğince güçlü bir etkide ilişkinin olduğunu belirtmektedir. Bu belirtilen etki için Kramer'in V'si testine bakılması gerekmektedir. Kramer'in V'si testinde belirtilen değerlere bakıldığında 0-1 arasında olup değişmekte, benzeri olan korelasyon katsayısının ölçülmesinin tefsir(yorum) edilmesinde değiştirmeksizin, 0-30 (ya da 0-40) arasındaki değerlerde zayıf olmakta, 31-60 (ya da 41-70) arasındaki değerlerde orta olmakta, 61-100 (ya da 71-100) arasındaki değerlerindeyse güçlü bir etkiye sahip ilişkinin varlığı ile belirtmektedir (Ünal, 2017:93).

Güvenirlilik analizi için Alpha (Cronbach) yöntemi kullanılmıştır. Tablo.1' de güvenirlik kriterleri verilmiştir.

Tablo.1: Güvenirlilik Kriterleri

Ölçek güvenilir değil	$0.00 < \alpha < 0.40$
Ölçek güvenirliği düşük	$0.40 < \alpha < 0.60$
Ölçek oldukça güvenilir	$0.60 < \alpha < 0.80$
Yüksek derecede güvenilir	$0.80 < \alpha < 1.00$

(Kaynak: Karahan, 2019: 68).

Ankette yer alan ifadelerin tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgili sorunları ne ölçüde yansıttığını yani güvenirliğini test etmek için SPSS 26 programı kullanılmıştır. Yapılan güvenirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı = 0.915 olarak bulunmuştur. Analiz sonucu incelendiğinde güvenirlik yüksek görünmektedir.

Ayrıca araştırmada kullanılan ölçek 5'li Likert ölçeğidir. Her bir madde için cevap kodu 1.00 ile 5.00 arasında değişmektedir. Her cümlelerin yanıtlayıcıları, bu konudaki görüşlerine tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum ve hiç katılmıyorum kategorilerinden birini işaretleyerek ifade etmişlerdir. Ölçekteki eşit aralık esas alınarak anketteki seçeneklerin aralığı Tablo 2'de görüldüğü gibidir (Çetin, 2011: 60).

Tablo.2: Beşli Likert Ölçeği

Seçenek		Sınırı
Tamamen Katılıyorum	(5)	1.00-1.80
Katılıyorum	(4)	1.81-2.61
Kararsızım	(3)	2.62-3.40
Katılmıyorum	(2)	3.41-4.20
Hiç Katılmıyorum	(1)	4.21-5.00

2.5. Bulgular

Bu kısımda yapılan anket çalışması neticesinde elde edilen bulgular ve değerlendirmeler yer almaktadır.

2.5.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel Özellikleri

Katılımcı işletmelerin faaliyet dağılımlarında birinci sırada (%23.82) gıda sektörü, ikinci sırada (%8.12) restoran sektörü, üçüncü sırada (%7.07) spor salonları yer almaktadır. Bunların haricinde işletmelerin (%7.07) tekstil sektöründe, (%8.12) elektronik alanında, (%4.97) otomotiv sektöründe, (%7.59) kafe alanında ve kalan kısmın (%33.25) diğer alanlarda (berber, eczane, mobilya, kasap, petrol, fırın, pastane, tekeli, gibi...) faaliyet gösterdiği görülmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu diğer alanlarda faaliyet göstermektedir.

İşletmelerin %29.84'ü 1-5 yıldır faaliyetlerine devam etmektedir. %41.62'si 6-10 yıldır faaliyetlerine devam etmekle birlikte %28.53'ü ise 11 yıldan uzun süredir faaliyet göstermektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin mevcut personel durumlarına bakıldığında 1 kişi personel çalıştıran işletmeler %24.61'i, 2 ile 5 arasında personel çalıştıran işletmeler %45.03'ü, 6 ile 10 arasında personel çalıştıran işletmeler %26.18'i, diğer durumda çalışanlar (11 ve üzeri personel sayısı) ise %4.19 olarak tespit edilmiştir.

Birçok işletmenin ölçek düzeyinin belirlenmesi için farklı ölçütlere bakılmıştır. Bu ölçütlerden bir tanesi de personel sayısıdır. Katılımcı işletmelerde çalışan personel sayısı genelde yüksektir.

Araştırmaya katılan işletmelerin %46.34'ü orta ölçekte işletme, %40.31'i küçük ölçekte işletme ve son olarak %13.35'i büyük ölçekli işletme olarak tespit edilmiştir. Genellikle turistik amaçla Kars'a gelen yerli insanlardan dolayı hem kültürel bazda hem de etnik yapıdan kaynaklı farklı kültürel özellikleri yansıtan işletmeler açılmıştır. Bu nedenle işletmelerin en çok orta düzey büyüklükte olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin %72.25'inin çevresel maliyete sahip olduğu, %27,75'inin çevresel maliyete sahip olmadığı tespit edilmiştir.

İşletmelerin çevresel sorunları önlemek için yaptıkları yatırımlara ilişkin verilere bakıldığında; %60'ı çevre sorunlarını önlemek için yatırım yaparken %40'ının bu konuda bir girişimi bulunmamaktadır. Doğal kaynakların verimliliğini yitirmesinden dolayı ve çeşitli nedenler itibarıyla sürdürülebilirlik faaliyetleri değer kazanmaktadır. Bu yüzden işletmelerin bakış açısıyla bakıldığında çevresel eylemler dikkat çekmekte ve yatırımlar gerekli olmaktadır. Söz konusu bölgede bu durumun önemsendiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin çevreye yaptığı yatırımların %62.83 gönüllü, %37.17'si ise zorunlu şekilde olmaktadır. Buradan hareketle söz konusu bölgede, tabiatın ve doğal kaynakların gelecek kuşakların ihtiyaçlarına zarar vermeden isteklerini karşılayarak buradaki kurtarma işlevini devam ettirmesi çevresel yatırımlara önem verildiği anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin çevresel sorunlarını önlemek için yatırımları hakkındaki finansman durumunda %60,73'ü çevresel yatırımlar için destek alırken; %39,27'si ise yatırım sürecinde herhangi bir finansal destek almamıştır. Çevre yatırımlarının finans taşıyıcılarını farklılaştırılması işletmeyi elverişli duruma getirmektedir. Yenilenen alt yapısı, hava şartları ve ekonomisi ile çevre faaliyetlerinde elverişli duruma gelen Kars'ta artan talepler nedeniyle başka finansmana gereksinim duymakta ve kredide bunlardan biri olmaktadır. Bundan dolayı elde edilen verilere göre çevresel yatırımların kredi gibi mali yardımlarla daha fazla gerçekleştirildiği görülmektedir.

2.5.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevreyle İlgili Yaklaşımları

Araştırmaya katılan işletmelere anketin ikinci kısmında yöneltilen ifadeler aşağıda yer almaktadır:

“Çevresel tedbirlerin alınması kullanılabilir kaynak ömürlerini de uzatacaktır”

“İşletmelerin çevresel yatırımlara yönelerek, çevre için çeşitli finansal fedakârlıklarda bulunmaları gerekir.”

“Ülkelerin kalkınmışlık kriterleri arasında çevresel kalitenin korunması da yer almalıdır.”

“Fayda-Maliyet analizleri göz önünde bulundurulduğunda; alınacak olan yatırım kararlarının çevre koruma kararları ile uyumlaştırılarak alınması gereklidir”

“Çevresel sorunların önlenmesinde hâlihazırda bulunan yasal düzenlemeler ve standartlar yeterlidir.”

“Çevrenin de işletme paydaşları arasında gösterilmesi gereklidir.”

“Ekonomik faaliyetler, dolaylı veya dolaysız yollardan çevresel sorunların oluşmasında rol oynamaktadırlar.”

“Yetkili kurum ve kuruluşlar işletmelerin çevresel bilgi açıklamalarını zorunlu kılmalıdır.”

“Artan çevresel sorunlar aynı zamanda birer kişiliğe sahip olan işletmelerin de yaşam alanlarını sınırlandırmaktadır.”

Belirtilen ifadelerle işletmelerin büyük çoğunlukla “katılıyorum” cevabı verdikleri ve katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Bu durum katılımcı işletmelerin; çevreyi korumak için önlemler alarak işletmelerinin yaşam sürelerini uzun vadeye yaymak istedikleri, çevrenin değerini anladıkları ve korumaya istekli oldukları, çevre korumada tedbirlerin ve düzenlemelerin kurumlar bazında yeterli olduğu gibi düşüncelere sahip oldukları görülmektedir.

Tüm bunlarla birlikte çevreye değer verilerek yaşam kalitesinin arttığı günümüzde ülkelerin geleceğe yönelik önlem almaları ile sahip oldukları çevresel kalitenin önemi de paralel ilerlemektedir. Ülkelerin gelişmişlik ve kalkınmışlık düzeylerinin sadece ekonomik standartlardan değil, aynı zamanda ülkelerin çevreye katkılarından da incelenmesi gerektiği görülmektedir. Ayrıca Kars coğrafi konumu ile geçmişten günümüze büyük önem taşımaktadır. Çünkü geçmişte ipek yolu Kars üzerinden geçmektedir. Bu nedenle geçmişten bugüne kadar ticareti canlı olan Kars, yatırımın değerini bilmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplarla bu durumu onayladıkları görülmektedir. Nitekim Kars’taki işletmeler maliyetlerin de farkında olarak geleceğe yönelik yatırım kararlarında çevre bilinciyle hareket etmektedir.

2.5.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çevre Muhasebesi İle İlgili Yaklaşımları

Katılımcılara çevre muhasebesi konusunda yöneltilen ifadelerden bazıları aşağıda yer almaktadır.

“Çevre sorunları göz önünde bulundurulduğunda; diğer bilim dalları gibi ekonomi ve muhasebenin de çevreye ilişkin araştırmalarda bulunması gereklidir.”

“Sürdürülmekte olan ekonomik, teknolojik ve sosyolojik sistemlerin bir parçası olarak muhasebenin de çevreden sorumlu olması gereklidir.”

“Çevresel sorunlara yönelik olarak gerekli tedbirlerin alınmasında, hâlihazırda uygulanmakta olan muhasebe sistemi yeterlidir.”

*“İşletmelerin çevresel yatırımlar sebebiyle ortaya çıkabilecek maliyetlerin incelenmesi ve yönetimde karar alabilecek formata dönüştürülmesi için **çevre muhasebesi** gereklidir.”*

“Çevre muhasebesi sisteminin geliştirilmesinde yetkili kurum ve kuruluşlar ile ilgili sektörlerin işbirliği ve karşılıklı olarak beklentilerin ortaya konulması gereklidir.

“Çevre ile ilgili mali nitelikli işlemlerin muhasebeleştirilmeleri gereklidir.”

“Çevre konusunu dikkate almayan bir muhasebe sistemi sosyal sorumluluk olgusuna aykırı düşmektedir.”

“Çevresel sorunlara ilişkin veriler ve doğal kaynak kullanımının hesaplara dâhil edilmemesi, muhasebenin ürettiği bilgilerin uygunluğunu, güvenilirliğini tartışılır duruma getirir.”

“Çevre sorunlarına bağlı olarak artan çevresel maliyetler için ayrı bir mali tablo sistemi geliştirilmelidir.”

“Artan çevresel sorunların önlenmesi, bu sorunların bir muhasebe sistemi içerisine yerleştirilmeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.”

“Çevre muhasebesi kullanımı ayrıca bu sistem ile ilgili olarak denetim mekanizması ve çevresel denetçilik faaliyetlerinin geliştirilmesini gerektirir.”

Yöneltilen ifadelere katılımcı işletmeler çoğunlukla “katılıyorum” cevabı vermişlerdir. Katılımcılardan elde edilen verilere göre; muhasebenin işlevlerini yerine getirmek için doğru, dürüst ve tarafsız olması ile beraber yasal ve vicdani olarak çevreden de sorumlu olması gerekmektedir. İşletmeler faaliyetleriyle birlikte çevre ile etkileşim halindedir. Burada bahsedilen etkileşimler çevresel maliyetlerin ortaya çıkmasında görülmektedir Zararlı olacak çevre sorunlarından korunmanın en açık yolu onları muhasebeleştirmektir. Günümüzde teknolojik gelişmelerle üretim artmaktadır. Nüfusun da artmasıyla birlikte talepte de artış görülmekte, buda doğal kaynakların çok fazla kullanımına neden olmaktadır. Bu durum zarar ve kayıp gibi farklı bilgilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bunlar çevresel maliyetleri oluşturmaktadır. Çevresel kaynaklar ile maliyetlerin muhasebede kayıt altına alınabilmesi için buradaki kaynak ve maliyetlerin para biriminde temsil edilmesi gerekliliği görülmektedir. Bunu gerçekleştirirken de çevresel maliyetlerin ayrı olarak ele alınması gerektiği öne sürülmektedir.

İşletmelerin muhasebe kayıtları; gerçek durumu yansıtan objektif belgelerin olmasına dikkat edilmeli, usul ve amaçlara uygun olarak hazırlanmalıdır. Muhasebe kayıtlarında esas alınan yöntemlerde adil ve tarafsız olunmalıdır. Bu kavramlar ile çevreyi muhasebeye bağlamak amacıyla çevresel konuların ancak kaydedilmesiyle ve muhasebe defterlerinde olabilmesi ile bilgiler hem belgelenmeli hem de parasal değerle ifade edilmelidir.

Çevresel muhasebede ki sorunları önlemek ve gelecek nesillere alt yapısı bozulmamış muhasebeyi bırakmak için sorumluluklara hâkim olunmalıdır. Bu sorumlulukları yerine getirmeye çalışırken, birbirinden ayrı veya bilinenin perspektifinden bağımsız çözümler değil, belirli bir sistem içinde bütüncül olarak çalışılmalıdır. Bu nedenle çevre muhasebesinin yeni bir muhasebe olarak ele alınması için önceki muhasebe sistemiyle bir bütün olarak hareket edilmelidir.

Çevre muhasebesi faaliyetlerinde niteliğini artırmak için denetim mekanizmalarının ve çevre denetimi eylemlerinin etkin bir şekilde uygulanması durumunda araştırılmalıdır. Burada uygulanan operasyonel süreçleri, uygulamaları ya da üretim metotlarını belirlemek, sorunun olduğu yeri saptamaya destek olabilir. Bu nedenle, çevresel performansın iyileştirilmesi üzerinde birçok sonucun nerede uygulanacağını belirtmektedir. Kuruluşun amaçlanan çevresel performansı çevre politikalarına yakınlığını değerlendirir. İşletme, çevresel etkisini gösteren denetimler yoluyla maliyetleri azaltacaktır.

2.5.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Bu kısımda araştırma için kurulan hipotezler Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizleri ile test edilmiştir.

H_0 : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin faaliyette bulunduğu yıl arasında ilişki yoktur.

H_{1a} : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin faaliyette bulunduğu yıl arasında ilişki vardır.

Tablo.3. İşletmelerin Faaliyet Alanı İle İşletmelerin Faaliyette Bulunduğu Yıl Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer(p)
Ki- Kare	44.497	0,000
Kramer'in V'si	34,1	0,000

İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin kaç yıldır faaliyette bulunduğu arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer $p=0,005$ anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin faaliyet alanı ile faaliyette bulundukları toplam yıl sayısı arasında bir ilişkinin olduğu söylenebilir.

İşletmelerin faaliyet alanı ile faaliyet gösterdiği yıl arasındaki ilişkide Kramer'in V'si %34.1 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 aralığında olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemiştir.

H_0 : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerde bulunan personel sayısı arasında ilişki yoktur.

H_{1b} : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerde bulunan personel sayısı arasında ilişki vardır.

Tablo. 4. İşletmelerin Faaliyet Alanı İle İşletmelerde Bulunan Personel Sayısı Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	74,093	0,000
Kramer'in V'si	44,0	0,000

İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin personel sayısı arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer=0,000 anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin faaliyet alanı ile personel sayısı arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemiştir.

İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin personel sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde Kramer'in v'si %44 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 aralığında olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

H_0 : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin ölçeği arasında ilişki yoktur.

H_{1c} : İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin ölçeği arasında ilişki vardır.

Tablo.5. İşletmelerin Faaliyet Alanı İle İşletmelerin Ölçeği (Büyüklüğü) Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	54,838	0,000
Kramer'in V'si	37,9	0,000

İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmenin ölçeği (büyüklüğü) arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 görülmektedir. Bu değer $p=0,000$ anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin faaliyet alanı ile işletmenin ölçeği (büyüklüğü) arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemektedir.

İşletmelerin faaliyet alanı ile işletmelerin ölçeği (büyüklüğü) arasındaki ilişki incelendiğinde Kramer'in V'si %38 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 aralığında olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

H_0 : İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin personel sayısı arasında ilişki yoktur.

H_{1d} : İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin personel sayısı arasında ilişki vardır.

Tablo.6. İşletmelerin Ölçeği (Büyüklüğü) İle İşletmelerin Personel Sayısı Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	183,523	0,000
Kramer'in V'si	69,3	0,000

İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmenin personel sayısı arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında Tablo 4.4'de ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer $p=0,000$ anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin ölçeği (büyüklüğü) 1 ile işletmenin personel sayısı arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemektedir.

İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) 1 ile işletmelerin personel sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde Kramer'in V'si %69,3 olmakta, çıkan sonuç 41 ile 70 aralığında olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

H_0 : İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin faaliyette bulunma yılı arasında ilişki yoktur.

H_{1e} : İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin faaliyette bulunma yılı arasında ilişki vardır.

Tablo.7. İşletmelerin Ölçeği (Büyüklüğü) İle İşletmelerin Faaliyette Bulunma Yılı arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	87,197	0,000
Kramer'in V'si	47,8	0,000

İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin kaç yıldır faaliyette bulunduğu arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer $p=0,005$ anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile işletmelerin kaç yıldır faaliyette bulunduğu arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemektedir.

İşletmelerin ölçeği (büyüklüğü) ile faaliyet gösterdiği yıl arasındaki ilişki incelendiğinde Kramerin v'si %47,8 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

H_0 : İşletmelerin faaliyette bulunma yılı ile işletmelerin personel sayısı arasında ilişki yoktur.

H_{1f} : İşletmelerin faaliyette bulunma yılı ile işletmelerin personel sayısı arasında ilişki vardır.

Tablo.8. İşletmelerin Faaliyette Bulunma Yılı İle İşletmelerin Personel Sayısı Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	84,739	0,000
Kramer'in V'si	47,1	0,000

İşletmelerin kaç yıldır faaliyette bulunduğu ile işletmelerin personel sayısı arasında bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer $p=0,005$ anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin kaç yıldır faaliyette bulunduğu ile işletmelerin personel sayısı arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

İşletmelerin faaliyet gösterdiği yıl ile işletmelerin personel sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde Kramer'in V'si %47,1 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

H_0 . İşletmelerin çevresel maliyetlerinin varlığı ile işletmelerin çevresel sorunları önlemeye yönelik yatırımları arasında ilişki yoktur.

H_{1g} . İşletmelerin çevresel maliyetlerinin varlığı ile işletmelerin çevresel sorunları önlemeye yönelik yatırımları arasındaki ilişki vardır.

Tablo.9. İşletmelerin Çevresel Maliyetlerinin Varlığı İle İşletmelerin Çevresel Sorunları Önlemeye Yönelik Yatırımları Arasındaki İlişki

	Değer	İstatistiksel Değer
Ki- Kare	41,036	0,000
Kramer'in V'si	32,8	0,000

İşletmelerin çevresel maliyetlerinin mevcudluğu ile işletmelerin çevresel sorunları önlemeye yönelik yatırımlarının mevcudluğuyla bir ilişkinin olup olmadığına bakıldığında ki karenin istatistiksel değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Bu değer anlamlılık düzeyinin altında olduğundan işletmelerin çevresel maliyetlerinin mevcudluğu ile işletmelerin çevresel sorunları önlemeye yönelik yatırımlarının mevcudluğuyla bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buna göre H_0 hipotezi kabul edilmemektedir.

İşletmelerin çevresel maliyetlerinin mevcudluğu ile işletmelerin çevresel sorunları önlemeye yönelik yatırımlarının arasındaki ilişki incelendiğinde Kramer'in V'si %32,8 olmakta, çıkan sonuç 31 ile 60 olduğundan değişkenler arasında orta düzey bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Kars ilinde faaliyette bulunan işletmelerden çevresel maliyetlerinin varlığını kabul etmekle birlikte çevresel sorunların çözümüne yönelik yatırımları da olduğunu belirten işletmelerin toplam işletmeler arasındaki payı %84'dür. Yüksek sayılabilecek bu oran bize Kars ilindeki işletmelerin çevresel sorunlar yarattıklarının farkında olduğunu ve bu sorunların çözümüne yönelik olarak önlemler almaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu oranın yüksekliği çevresel sorunların farkındalığı konusunda Kars ilindeki işletmelerin bilinç sahibi olduklarını göstermektedir.

Çevresel maliyetlerinin olmadığı ve çevresel sorunların çözümüne yönelik olarak herhangi bir yatırımda bulunmayan işletme sayısının toplam işletmeler içindeki %46 oranındaki payı her ne kadar düşük sayılabilecek bir oran olsa da bu oranın daha da düşürülmesi, çevresel maliyetler

ve sorunlar konusunda herhangi bir bilgisi olmayan işletmelere bilinç kazandırılması gerekmektedir.

SONUÇ

Bilgi ve teknolojinin insan hayatında avantajları olduğu kadar maa-
lesef dezavantajları da bulunmaktadır. İnsanların çok daha iyi yaşam ko-
şullarına sahip olması için bilimsel ve teknolojik gelişmelerin süreklilik
kazanması, ekolojik sistemi etkileyerek önemli çevre sorunlara yol açacak
boyutlara ulaşmıştır. Çarpık kentleşme, hızlı nüfus artışı ve sanayileşme;
hava, su ve toprak kirliliği gibi önemli çevre sorunlarının başlıca neden-
leri olmaktadır. Çevre sorunları aynı zamanda küresel bir sorun olduğu
için uluslararası sözleşme ve faaliyetlerde de yer bulmaktadır. Sınırsız ve
serbest bir kaynak olduğu düşünülen çevrenin sınırlı olduğu anlaşıldıktan
sonra ekonomik mal olarak görülmesi ile birlikte işletmelerin tutumla-
rında değişimler olmuştur. Çevre kirlenmesine karşı alınan önlemlerin
ekonomik değerlerde gösterilmesi tüketicinin değişen talepleri, toplumsal
baskılar işletmeleri karar alma süreçlerinde çevresel etmenleri de dikkate
almaya yönlendirmiştir. Bu noktada işletmeler çevresel sorumluluklarını
yerine getirebilmek adına muhasebeden çeşitli veriler sunmasını istemek
durumunda kalmışlardır. Muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı gere-
ği; muhasebecinin çevre korumaya yönelik mesleki açıdan bilgi üretme
sorumluğu bulunmaktadır. Böylelikle çevre muhasebenin temel çerçevesi
oluşturulmuştur.

Bu bağlamda yapılan çalışmada Kars merkezde çeşitli alanlarda fa-
aliyet gösteren işletmelerin çevreye ve çevre muhasebesi konusuna dair
değerlendirmelerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu temel amacın yanında
işletmelerin çevreyle ve çevre muhasebesi ile ilgili yaklaşımlarını değer-
lendirmek hedeflenmiştir. Katılım sağlayan işletmeler genellikle gıda iş-
letmeleridir. İşletmelerin faaliyette bulunma süreleri ise en fazla 6 ile 10
yıl arasındadır. İşletmelerin personel sayısına bakıldığında ise genelde 2
ile 5 kişi arasında çalışanları olan orta ölçekli tanımlanan işletmelerdir.

Çalışmaya katılan işletmelerin çevresel maliyetleri ve çevresel yatı-
rımları bulunmaktadır. Gönüllü olarak yaptıkları çevresel yatırımları ger-
çekleştirirken destek almaktadırlar. Bu noktada; maliyetlere katlanarak
yatırımlara destek alarak istekli olunması çevresel sorumluluğun zincir-
leme olarak sürdürülmesine katkı sağlamaktadır.

Çalışmaya katılan işletmelerin çevreyle ilgili yaklaşımları değeri-
lendirildiğinde aşağıdaki ifadelerle yoğun olarak katılım sağlandığı görü-
lmüştür.

Çevresel tedbirler alınması kaynakların ömrünü uzatır,

Çeşitli çevresel fedakârlıklar çevresel yatırımlar için gereklidir,

Çevresel kaliteyi arttırmak ülkelerin kalkınmışlık kriterleri arasında olmalıdır,

İşletmede alınan kararlar çevre koruma kararlarına uyumlaştırılarak alınmalıdır,

Hali hazırda olan yasa ve yönetmelikler yeterlidir,

Çevre de işletme paydaşlarından biri olarak sayılmalıdır,

Yetkili birimlerce çevresel bilgilerin açıklanması zorunlu tutulmalıdır,

Çevresel sorunların artması işletmelerin de yaşam alanlarını sınırlandırmaktadır.

Çalışmaya katılan işletmelerin çevre muhasebesi konusuna dair yoğun olarak katılım gösterdikleri ifadeler ve değerlendirmeleri aşağıda sıralanmaktadır.

Diğer bilim dalları gibi muhasebe de çevre ile ilgili araştırmalar yapmalıdır,

Muhasebe çevreden sorumlu olmalıdır,

Özellikle çevresel yatırımlarda alınan yönetim kararlarında çevre muhasebesi kullanılmalıdır,

Çevre ile ilgili mali nitelikli işlemler mutlaka muhasebeleştirilmelidir,

Çevre ile muhasebenin sosyal sorumluluk kavramı arasında sıkı ilişki vardır,

Çevresel sorunlara ilişkin veriler ve doğal kaynak kullanımının muhasebe hesaplarına dahil edilmesi gerekir,

Çevre sorunlarına bağlı olarak artan çevresel maliyetler içi ayrı bir mali tablo sistemi geliştirilmelidir,

Çevresel maliyetlerin muhasebe sistemi içerisine entegrasyonunda, tarafsız olunmalı ve bu maliyetler belgelendirilmelidir,

Artan çevresel sorunların önlenmesi, bu sorunların bir muhasebe sistemi içerisine yerleştirilmeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır,

Çevre muhasebesini etkili kullanılması yatırımcıların kararlarını etkiler,

Çevre muhasebesi kullanımı ayrıca bu sistem ile ilgili olarak denetim mekanizması ve çevresel denetçilik faaliyetlerinin geliştirilmesini gerektirir.

Tüm bunlarla birlikte yapılan çalışma sonuçlarına göre işletmelere, çevrenin korunmasına yönelik önlem almak için gerekli maliyetleri gözden çıkararak kaynakların sürdürülebilirliği için tedbirli olmaları önerilmektedir. İşletmelerin çevre sorunlarına karşı önlemlerin alınması için finansal fedakârlıklarda bulunmaları gerekmektedir.

Nüfusun artması ve hızlı büyüme isteğiyle doğal kaynaklara zarar verme, teknolojinin sürekli yenilenmesiyle beraber çevre kirliliklerinin de çevresel sorunlarının daha fazla olmasına neden olmaktadır. Bu gibi sorunların önüne geçmek için teknolojinin doğal kaynaklara en az düzeyde zararı verecek şekilde önlemlerin alınması, nüfusun artmasına paralel olarak insanların bilinçlenmesi ve elde olan kaynakların muhasebeyle kayıt altında olacak şekil de kaydedilmesi önerilmektedir. Geçmişten bugüne kadar muhasebenin gelişiminin çok yavaş olduğu ve bu yavaşlığın genelde pazardaki ekonomi ya da işletmelerin gelişmeleriyle alakalı olarak gelişmesinin devam ettirilmesi gerekliliğine yönelik düşüncelere verilen cevaplara göre ankete katılanların da aynı düşüncede oldukları görülmektedir. Burada muhasebenin gelişiminde sürdürülebilirliğini arttırmak için işletmelerin birbirleriyle etkileşim içinde olmaları ve pazardaki ekonomi ile gelişmelere katkı sağlayacak fikirlerini ve görüşlerini birbirlerine faydalı olacak şekilde olması gerektiği önerilmektedir. Sonuç olarak çevre sorunlarına karşı hem muhasebe hem de çevre muhasebesi hakkında önemli yerleri belirtecek şekilde işletmelere aktarmak gelebilecek zararların önceden tahmini ve önlemi için muhasebeleştirilmesi gerektiği önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Apalı, A. (2018). Mermer Üretim İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Kavramı Kapsamında Çevre ve Çevre Muhasebesine Yaklaşımları, Muhasebe ve Finansman Dergisi , (78),38.
- Cin, Z. (2021). Muhasebe Bilgi Sisteminde Çevre Muhasebesinin Yeri: Trabzon Alt Bölgesi Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çetin, E. (2011). Üretim İşletmelerinin Sosyal Bir Sorumluluk Olarak Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem:Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Üretim İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Dalğar, H. ve Yıldırım, F. (2016). Konaklama İşletmelerinde Çevre Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesine Yönelik Bir Uygulama, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ,8(16), 3.
- Karahan, A. (2019). Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımının, Örgütsel Performansa Etkisi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi , 6(3), 68.
- Karakoyun, G. (2020). Muhasebe Meslek Mensuplarının Çevre Muhasebesi Algısı: Karaman İli Örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mutlu, A. (2007). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Muhasebesi. Muhasebe ve Finansman Dergisi ,(34), 184.
- Parlak, N. (2020). İşletmelerin Çevresel Yaklaşımları Ve Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem: Ordu İl Ve İlçelerindeki Organize Sanayi Bölgeleri Üzerine Bir Araştırma, Muhasebe ve Finansman Dergisi , (86),126.
- Süklüm, N. (2019). Yeşil Muhasebe' nin İşletme Lisans Eğitimi Müfredatı İçerisindeki Durumu, Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi , 2(1),164.
- Şimşek, S. (2019). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Ve Denetim Bilim Dalı, Yeşil Muhasebe Sisteminin Dalı Olan Karbon Muhasebesi Ve Bir Termik Santralde Uygulama.
- Ünal, A. (2017). Antalya İli Şehir Merkezindeki Aşırı ve Düzensiz Araç Parklanmalarının Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) İle Analizi ve Çözüm Önerileri. Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yanar, P. (2019). Muhasebe Meslek Mensuplarının Çevresel Farkındalıklarının ve Duyarlılık Anlayışlarının Çevre Muhasebesi Uygulamalarının Artışı Üzerine Etkisi; Meslek Mensupları Üzerinde Bir Araştırma, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .

“

Bölüm 20

**İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNE
MODERN STRATEJİ YANSIMALARI:
YETENEK YÖNETİMİ AÇISINDAN
KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME**

Yeliz BULUT¹

Sibel ÖZDEMİR²

”

1 Öğr. Gör. Yeliz BULUT, Yozgat Bozok Üniversitesi, Sorgun MYO, yeliz.bulut@yobu.edu.tr, ORCID 0000-0002-9132-1576

2 Öğr. Gör. Dr., Sibel ÖZDEMİR, Yozgat Bozok Üniversitesi, Sorgun MYO, sibel.canik@yobu.edu.tr ORCID 0000-0003-0700-0823

GİRİŞ

Özellikle son yüzyılın en kritik konusu olan rekabet ve rekabet ortamında varlığını devam ettirebilme örgütler için hayati önem taşımaktadır. Hızla değişen dünyada, teknolojik, dijital ekonomik, sosyo-kültürel vb alanlarda yeniliklerin farkında olmak ve bu süreçlere uyum sağlayabilmenin en etkili yolu insan kaynaklarının iyileştirilmesi olarak değerlendirilebilir. Personel Yönetimi düşüncesinin İnsan Kaynakları Yönetimine doğru dönüşümünün temelinde de, örgütlerin stratejik hedeflerine ulaşmak için nitelikli iş gücü kavramına yönelmesi yatmaktadır. Bu bağlamda insan kaynakları yönetimi, özünde örgütün stratejik ve uygulamaya dönük gereksinmelerine insan kaynaklarının uyumunun sağlanması ve bu kaynaklardan tam kapasite ile yararlanılması konusu ile ilgilidir. (Benli ve Şahin, 2004). İnsan kaynaklarından azami noktada faydalanmak için geçmişten bugüne çeşitli yol ve yöntemler yönetsel açıdan uygulanmış ve geliştirilmiştir. Bu insan kaynakları yönetimi uygulamalarından bazıları günümüzde stratejik insan kaynakları yönetimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Rekabetin küresel boyuta taşınması, örgütlerin ayakta kalma sürecini zorlaştırmış ve bu süreçte en önemli unsur olan insan kaynağının nitelik açısından yönetilmesi daha da önemli hale gelmiştir. Geline nokta, örgütler için iş görenlerini kaynak olarak kullanma anlayışı terkedilerek, her bir çalışanın ayrı bir potansiyel kaynağı yeteneğinin olduğunun kabul edilip bu yeteneklerin yönetilmesine bıraktığı görülmektedir. Yetenek Yönetiminin farkında olan örgütler, yetenekli bireyleri seçmek, onları istihdam etmek, örgütte kalmasını sağlamak ve potansiyellerinden olabildiğince yararlanabilmek için çeşitli uygulamaları hayata geçirmeye başlamışlardır (Alayoğlu,2010:69).

Günümüzde, iş dünyasında rekabet eden ve rakiplerine karşı fark oluşturmak isteyen pazarda liderliği amaçlayan örgütler “Yetenek Yönetimi Yaklaşımı” kavramını ön planda tutarak işletmelerinde yer verdikleri insan kaynağına gerekli önemi vermektedirler. Yetenek yaklaşımı, çok ağır rekabet şartlarını içinde barındıran iş ortamında başarıya ulaşmak için zorunlu görmektedirler. Örgütler için insan kaynağını elde etme ve örgütte tutmanın ne kadar önem arz ettiğinin farkına varan Amerika ve Avrupa’da hızla yayılan bu kavram, ülkemizde ise yeni yeni üzerinde çalışmalar yapılan, hakkında sınırlı bilgi olan bir kavramdır (Çelik ve Zaim,2012:34-36). Yetenek Yönetimi kavramı 2000’li yıllarda literatüre girmiş ve akademik çalışmalarda yerini almıştır. Literatüre girdikten sonra da önemi örgütler tarafından daha iyi algılanmış ve günümüzde stratejik öneme sahip bir konu haline gelmiştir (Aksakal ve Dağdeviren,2015:251)

Bu nedenle örgütler için kritik öneme sahip insan kaynakları yönetimi alanına katkıda bulunmak amacı ile bu çalışmada Yetenek Yönetimi

yaklaşımı, modern bir insan kaynakları yönetim uygulaması olarak ele alınmıştır.

KLASİK PERSONEL YÖNETİMİNDEN MODERN İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNE GEÇİŞ

Sanayi Devrimi sonrası fabrikalaşma ve iş gören sayısındaki artış personel yönetimi kavramını ortaya çıkarmıştır. Zaman içerisinde, Personel Yönetimi ilk çıkış noktasındaki anlam ve içeriğinden uzaklaşmış modern yönetim yaklaşımlarıyla biçimlenmiştir. Yüksel (2000;9-10)’den aktarıldığına göre, ilk uygulamalarda personel yönetimi, çalışanları bir maliyet unsuru olarak gören; çalışanın ücreti, yan ödemeler, sigorta kesenekleri, gibi muhasebe kayıtlarının tutulduğu; raporlu olunan gün sayısı, izinler, geç kalma ve işe devamsızlık gibi durumların izlendiği basit düzeyli kayıt tutma faaliyeti olarak ele alınmıştır. İlerleyen dönemlerde ise personel yönetimi anlayışından, modern insan kaynakları yönetimine geçiş yaşanmış ve insan, çok hızlı gelişen ve değişen koşullara örgütün uyum sağlamasında en etkili faktör olarak odak noktası olmuştur (Doğan ve Demiral, 2008,147-148)

TEMEL KAVRAMLAR

Yetenek Yönetiminin içeriğini ele alırken incelenmesi gereken ilk kavramlar “yetenek” ve “yetenek yönetimi” kelimeleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yetenek Olgusu

Türk Dil Kurumunun Büyük Türkçe Sözlüğünde yer aldığı tanım ile yetenek kavramı ; “bir kimsenin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği, kabiliyet, istidat”; “bir duruma uyma konusunda organizmada bulunan ve doğuştan gelen güç, kapasite”; “kişinin kalıtıma dayanan ve öğrenmesini çerçeveleyen sınır” ve “dışarıdan gelen etkiyi alabilme gücü” olarak ifade edilmiştir (<https://sozluk.gov.tr>).

Yetenek kavramı üzerine mutabık kalınmış tek bir tanım olmadığı ve 1990’lardan beri dikkat çeken bir konu olmasına rağmen, Farndale vd.,(2010) un belirttiği üzere McKinsey danışmanlık şirketinin 1997’de yapmış olduğu ‘Yetenek Savaşı’ araştırması sonrası ilgi odağı olmuştur (Bayraktar ve Alayoğlu, 2018)

Yetenek olgusunu farklı bir ifade ile tanımlarsak; İngilizcede yetenek anlamına gelen “TALENT” kelimesinin baş harfleri kullanılarak yetenek tanımlaması yapılabilir ve içeriği belirlenebilir. Buna göre; Triumph- Başarı, Ability-Kabiliyet, Leadership-Liderlik, Easiness- Kolaylaştırmak, New Fangle and Creativity- Innovation- Yaratıcılık ve Yenilik, Time-Za-

man ve zamanı etkin kullanmanın bir bütünü olarak yetenek tanımlanmıştır (Yumurtacı,2014;191).

Yetenek Yönetimi

Yeteneğin genel tanımlanmasında esas unsur, bir duruma uygun hareket etme ya da bir işi öğrenme veya uygulamada ihtiyaç duyulan kudretin organizmada olmasıdır. Bu tanımlar, örgütlerde kullanılan Yetenek Yönetimini açıklamada baz alınan yetenek kavramı ile tam olarak aynı olmasa da çıkış noktaları benzerdir. Bu noktada örgütün geleceğe taşınması için gerek duyduğu yeteneğin örgüt bünyesinde var olup olmadığıdır. Örgütün geleceğe taşıyacak ‘yetenek’ olarak nitelendirilen ise, örgüt kaderinde kilit öneme sahip hem teknik hem yönetsel pozisyonları doldurabilecek kapasitede, geleceği parlak çalışanların varlığıdır. Bu bağlamda Yetenek Yönetimi, örgütün zorluklarla baş edebilme mücadelesinde belirlediği stratejilerini uygulayarak hedeflerine ulaşabilmesi için sahip olması gereken yetenekler ile mevcutta sahip olduğu yetenekleri arasındaki farkı kapatmaya çalışan, odağında insan kaynağının olduğu bir yönetim süreci olarak tanımlanabilir (Çırpan ve Şen, 2009:110).

Yetenek yönetimini sadece işe alım, performans değerlendirme süreci olarak görmeyen anlayışa sahip örgütlerin rekabette güçlü bir konuma geçtiği söylenebilir. Bu yüzden de Sweem (2009, s.16)’in de belirttiği gibi yetenek yönetimi için daha genel kapsayıcı tanımlarını almak zaruret haline gelmiştir. Bu tanımlardan birkaç tanesinden bahsedecek olursak aşağıdaki örnekler verilebilir;

İnsan Kaynakları Yetenek Yönetimi tanımlamasında, yetenek yönetimi insan kaynakları yönetimi işlevlerinin ta kendisidir. İnsan kaynaklarının adı da yetenek yönetimi olarak değişime gitmektedir.

Yetenek Havuzu, işgörenlerin örgütte doğru iş pozisyonlarında çalışmalarını sağlamak üzere tasarlanan bir süreçler dizisi olarak insan kaynakları planlamasının fonksiyonu gibi görülebilir.

Genel/Kapsayıcı Yetenek Yönetimi: Yeteneğin performansa bağlı olarak yönetimidir. İnsancıl ve demografik algılar bir kenara bırakılarak, işgörenin, objektif ve performansına bakılarak yeteneğin yönetimidir.

Bütüncül Yetenek Yönetimi: İnsan kaynakları yönetimi ile karşılıklı işbirliği içinde bir sistem geliştirmeyi hedeflemektedir. Yeteneği, iş stratejisi, geleceğe dönük sürdürülebilirlik ve gelişme içim proaktif olma ile bütünleştirir. Tüm yöneticiler ve işgörenler birlikte yeteneği geliştirmek ve yönetmek için düzenlenmiş süreçleri iyileştirme çabasıdır.

Yetenek yönetimi tanımlarından da çıkarılacağı gibi insan kaynaklarının yeni bakış açısı yetenek yönetimi olmuştur (Altıntaş,2018:29-30)

Yeteneğin Özellikleri

İş görenin sahip olması gereken özellikleri bilgi düzeyi, deneyimi, liderlik, iletişim becerisi gibi çeşitli yetkinlikler olarak sayılabilir. Bu yetkinlikleri kullanma becerisi ise çalışanların yetenek özellikleri olarak Tekinay (2005) tarafından şu şekilde açıklanmıştır;

- Gelişim ve değişime isteklilik,
- Rol modellik yapma,
- Güvenilirlik,
- İyi bir takım oyuncusu olma,
- Değişen şartlarda da başarının devamlılığı,
- Kısıtlanmaya açık olmama,
- Temsilci yeteneğinin yüksek olması,
- Yetenekli çalışanları da işletmeye çekebilme.

Yetenekli işgörenlerin sıralan özelliklerinden anlaşılan bu çalışanların değişime açık, öğrenme isteği yüksek, takım çalışmasına yatkın, iletişim becerisi yüksek, liderlik edebilen, insanların kendisi ile çalışmaya istekli olduğu, başarının sürdürebilirliğini sağlamış, kendini ifade edemediği-işini sergileyemediği yeri kolayca değiştirme kararı alabilen ve örgütün geleceğine katma değer sunabilen kişiler olduğu söylenebilir (Altınöz,2018:83-85)

YETENEK YÖNETİMİ YAKLAŞIMINDA SÜREÇLER

Yetenek yönetimi süreci birden fazla bileşenin bir araya geldiği bir süreçler demeti olarak nitelendirilebilir. Bu süreçler demeti içerisinde kariyer basamaklarının tanımlanması, ödüllendirme kriterlerinin belirlenmesi, örgüt için kilit pozisyonların ve yedekleme süreçlerinin tanımlanması ve bu süreçlerin her birinde “yeteneklerin kategorize edilmesi” ile bu kategorilerin yönetilmesi iş akışından söz edilebilir. Bu iş akışında aşağıdaki süreçler mevcuttur (Altunoğlu, vd, ,2015;49-55);

1. Yetenek Yönetimi Stratejilerinin Belirlenmesi; İlk aşamada üst çatı diyebileceğimiz yetenek yönetimine yön verecek örgütün misyon, vizyon, amaç ve kültürü ile uyumunu sağlayacak bütünleşik bir yetenek yönetimi süreci öngörülür. Yetenek yönetim stratejilerinin iş gören tarafından kabul edilip uygulanabilir olması örgütün hedeflerine ulaşmasında önem arz etmektedir. Ardından örgütün en üst seviyeden en alt seviyeye kadar pozisyonların ve bu pozisyonların iş tanım ve gerekleri ile ihtiyaç duyduğu yetenekler tespit edilmektedir

2. Yeteneklerin Örgüte Çekilmesi ve Çalışan Değeri Oluşturma: Örgüt pozisyonlara uygun iş göreni bünyesine alabilmek ve kurumun tercih edilebilirliğinin artırılması için kurumun imaj ve itibarının kamuoyu üzerinde olumlu bir çağrışım yapmasının sağlanması gerekmektedir.

3. Pozisyonlara Uygun Yetenekli Çalışanların Seçimi ve İşe Yerleştirilmesi: Hangi işe hangi iş görenin yerleştirileceği örgüt için önemli bir sorudur. Yeteneği yüksek bir iş gören doğru bir pozisyonda değerlendirilmez ise bu durum hem çalışan için hem örgüt için sorun teşkil edecek ve çalışan yeteneğini sergileyemediği gibi örgüt için de işin kalitesinin düşmesi sonucunu doğuracaktır. Bu nedenle örgütün, iç müşteri ya da dış müşteri çevresinden doğru yetenekleri tespit edip seçerek işgücü ihtiyacını karşılaması gerekmektedir. Bu ihtiyacı karşılamak üzere iyi bir kariyer sistemi, yetenek havuzu, seçme ve değerlendirme süreçleri belirlenmiş olmalıdır.

4. İş görenlerin Sınıflandırılması ve Yeteneklerinin Belirlenmesi: Her iş görenin karakter, deneyim, yetenek ve performansları bir birinden farklıdır. Hangi işe hangi yeterlilikte personel yerleştirilmesi gerektiği tespit edilirken iş görenin performans ve potansiyel ölçütleri kriter alınarak sınıflama yapılmaktadır. Yöneticilere, terfi, ücret artışları gibi yönetsel kararları doğru bir şekilde almakta performans yönetim sistemi yardımcı olmaktadır. Performansın değerlendirilmesi, iş görenin belirli bir değerlendirme sürecinde sergilemiş olduğu potansiyel ve yeteneği ile ilerleyen dönemde ortaya koyması muhtemel potansiyelin ortaya çıkarılması için yapılması gerekenleri kapsamaktadır.

5. Yetenek Geliştirme Eğitimleri: Örgüt için uygun işe uygun kişiyi seçmekle süreç tamamlanmamaktadır. Keşfedilen yeteneğin örgüt süreçlerine adaptasyonu ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle örgüt hedeflerine uygun olarak çalışanın hizmet içi, kendi kendine öğrenme, e-eğitim gibi çeşitli yollarla eğitilmesi, işgörenin yeteneklerinin artırılması ve iş yeri bağlılığının sağlanmasında büyük katkı sağlamaktadır.

6. Yetenek Gelişimi Amaçlı Kariyer Planlaması Uygulamaları: İyi çizilmiş bir kariyer yolu işgörenin potansiyelini ve yeteneğini sergilemesi için itici bir güç olabilmektedir. Aynı zamanda kariyer amaçlarına ulaşmada gerekli desteğin eğitimlerle sağlanması da yetenek yönetimi açısından önemlidir.

7. Yeteneklerin Elde Tutulması: İşe seçme ve yerleştirme süreçleri ne kadar önemliyse seçilmiş işgörenin örgütten ayrılmaması için gerekli süreçlerin oluşturulması da örgütün işgücüne yaptığı yatırımın boşa gitmemesi adına o kadar önemlidir. İşgörenin gelişimin teşvik edilmesi, kendisini değerli hissetmesini sağlayacak maddi ve manevi ortamların

oluşturulması gibi işgörenin iş tatminine yönelik çalışmalar yeteneklerin elde tutulmasını sağlayabilmektedir.

8. *Ücretlendirme, Motivasyon ve Ek Faydalar*: Çalışanın maddi ve manevi beklentilerinin karşılanması, iş tatminini arttıracak, motivasyonunu yükseltecek ve örgüte bağlılığını arttıracaktır. Adaletsiz bir performans sistemi ve buna bağlı olarak oluşturulmuş ücretleme sistematığı yetenekli işgören seçilmiş ve işe yerleştirilmiş olsa dahi bunların işten ayrılmasına sebep olabilmektedir. Bu sebeple iyi bir ücretlendirme sistemi hem yeteneklerin örgüte kazandırılmasında hem de elde tutulmasında önemli rol oynamaktadır.

Bu kadar detaylandırmış olduğumuz yetenek yönetimi yaklaşımı süreçleri çeşitli kaynaklarda ise dört aşamalı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. İlk aşama Aday havuzu oluşturma, seçme, işe alma, işe alıştırma (oryantasyon) ve yerleştirme gibi iş akışlarından oluşan İşe Alım Sürecidir. Başarılı bir işe alım süreci, yüksek potansiyeli olan, gelecek vadeden, yenilikçi, yaratıcı, parlak kişilerin örgüte çekilmesini ve bunlar arasından yetenekli olanların keşfedilerek doğru pozisyonlarda görevlendirilmesini içerir. İkinci aşama ise kurum kültürü, kişi-çevre uyumu mevcut yönetici ve terfi kavramlarının yetenekli kişileri elde tutma sürecinde tanımlanmaya çalışıldığı yetenek yönetimi aşamasıdır. Üçüncü aşama ise geliştirme süreci olarak tanımlanmıştır. Bu süreç; yetkinlik kavramı ve değerlendirme süreci, eğitim ve geliştirme fırsatları, koçluk ve mentorluk ile ilgili zorluklar olmak üzere dört basamaktan ibarettir. Performans süreci ise dördüncü son aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreç ise değerlendirme, geribildirim, tanınma ve ödüllendirilmeyi içermektedir. Başarının arttırılabilmesi için performansın ölçülmesi şarttır. Daha sonra bir dönem önceki performansla karşılaştırılarak geri dönütler alınması gereklidir. Alınan bu dönütler sonrasında oluşturulan yetenek matrisi ile belirlenen yetenekli çalışanlar hak ettiği adil bir ücret ile ödüllendirilerek, diğer çalışanlardan ayırtılarak yenilikçi bir ücret politikası ile ödüllendirilir. Yetenek yönetimi; insan kaynağını işe alma, yeteneklerin geliştirilmesi ve işte tutma sonrasında performansın yeniden düzenlenmesinde oluşur (Çelik ve Zaim,2012:34-36).

YETENEKLERE YÖNELİK ÇEŞİTLİ SINIFLANDIRMALAR

Performans Grupları ve Özellikleri

Örgütlerdeki her pozisyon aynı çalışan profilinden oluşmamakta, her iş kendine özgü gereklilikler ve yetkinlikler gerektirmektedir. Bu nedenle, işin gerektirdiği çalışan profilinin tespiti, hangi yetenek özelliklerine sahip işgörenin hangi işe yerleştirileceğine dair iyi bir rehber olacaktır.

Ayrıca örgüte, yeteneklere olan ihtiyacın belirlenmesi; bu ihtiyacı karşılanması ve yeteneğin elde tutulması için ne kadar yatırım yapılması gerektiği sorusunun cevabını da işgören profilinin tespiti verebilmektedir. Berger (2005)'e göre, örgütlerde çalışanların bilgi, birikim ve yetenekleri birbirinden farklı olduğu için sergiledikleri performanslar da birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar göz önüne alınarak performans özellikleri belirlenip performanslar sınıflandırılabilir. Tanımlanan performans gruplarından, yetenek skalasının en altında yer alan 'Uyumsuzlar Grubu' beklentileri en az seviyede karşılayan, potansiyeli düşük ve uyum becerilerini geliştirmede gönülsüz davrandıklarında işten çıkarılma stratejisi uygulanabilecek performan grubudur. 'Uyumlu Performans Grubu' ise destekleme ve motive edilme sonucu performanslarını beklentilerin üzerine çıkarabilme potansiyeline sahip örgütün ayakta kalmasının garantörü olan gruptur. Beklentilerin üstünde performans sergileyen, kilit noktalarda görev alabilen, terfi imkanına sahip, yedeklerinin yetiştirilmesi ve niteliklerinin yükseltilmesi gereken grup ise 'Kilit Performans Grubu' olarak adlandırılmaktadır. Son grup olarak tanımlanan 'Süper Performans Grubu' ise rekabet ortamında sürdürülebilir üstünlük ve avantaj sağlamakta örgüte en büyük katkıyı sunacak olan gruptur. Bu gruptaki işgörenlerin en temel yetenekleri rol model, farklı ve yaratıcılık kaynağı olmalarıdır (Altuntuğ,2009;451-452).

Yetenek İlgili Grupları ve Özellikleri

Kurumlar yetenekleri örgüte çekmek ve örgütte tutabilmek için yetenekli çalışanların ihtiyaçlarını iyi belirlemek ve özelliklerini iyi sınıflandırmak, kurumların yeteneklere karşı doğru politikalar belirlemesinde daha önemli hale gelmiştir. Yetenek yönetiminin başarılı bir şekilde hayata geçirilmesinde, işgören altı yetenek ilgi grubuna ayrılabilir. Uren(2011: 33)'e göre: Beni Etkileyin (Marka Hayranları) Grubu olarak adlandırılan gruba giren kişiler, ünü ya da güçlü bir marka imajı olan örgütte çalışmak istemektedirler. Bu grupta yer alan kişiler, bu tür örgütlerde çalışmak ve kendilerini göstermek için fırsat kollayıp, bu konuda da desteklenmek isterler. Beni Terfi Ettirin (Kariyer Basamakçıları) Grubu'na girenlerin özellikleri ise, devamlı olarak konumlarında terfi istemeleridir. Statülerinin gelişimleriyle aynı çizgide artış göstermesi gerektiğine inanırlar. Bu nedenle de kariyer basamaklarını kolaylıkla tırmanacakları süreçlerin tanımlandığı gelişim ve ilerlemeye açık kurumsallaşmayı başarmış örgütlerle ilgilenirler. Konnektörler (Beni Destekleyin) Grubundaki işgörenlerin, arkadaşlık ilişkilerinin olduğu çalışma ortamlarını sevdikleri ve sosyal yönü ağır basan işleri tercih ettikleri görülmektedir. İlgilenilmiş (Bana Yol Gösterin) Grubu işgören özelliklerinde ise yöneticilerden beklentiler ön plana çıkmaktadır. Bunlar, yöneticilerinin kendilerini tanımasını, saygı göstermelerini ve gelişimlerinde büyük bir role sahip

olmalarını beklemektedirler. Bireysel ihtiyaçlarını karşılayan imkanları beğenirler. İmkan Arayanlar (Beni Zorlayın) Grubuna girenler, kariyer basamakçıları gibi, doğru giden ilerlemeye değer verirler. Ancak imkan arayıcılarını farklı kılan şey, imkanların yukarıya doğru bir ivmeden biraz daha gergin ve zorlu olmasına değer vermeleridir. Planlayıcılar (Beni Anlayın) Grubu işgörenlerin temel özellikleri ise kariyerlerini istikrarlı bir çizgide aramalarıdır. Bunlar, kariyerleri için kesin bir plan ararlar ama bu tam olarak yukarıya doğru gelişme ya da terfi anlamına gelmemektedir (Fettahlioğlu ve Demir, 2014:180-181)

STRATEJİK YETENEK YÖNETİMİ

Prahalad ve Hamel (1990:82)'e göre; yetenekleri stratejik bir rekabet kaynağı şeklinde belirtmektedir. Aynı zamanda bu rekabet kaynağının, örgüt içinde paylaşım odaklı öğrenme süreci olarak görüldüğünü vurgulamaktadırlar. Bu noktada örgüt kültürü devreye girerek tüm bu paylaşımlı öğrenme süreçlerini içselleştirerek örgüte özgü hale getirdikleri görülmektedir. Organizasyona özgü temel yeteneğe dönüşen süreçlerin taklit edilmesi kolay olmayan rekabet gücü sağladığını ifade etmişlerdir. Stratejik yönetim, yapılan işin doğru tercihlerde dizayn edilmesini kapsamaktadır. Huselid, Beatty ve Becker (2008: 47) den aktarıldığına göre; Stratejik yönetim, işgören ve işgörene verilen rollerdeki tercihlerin doğru bir şekilde analiz edilmesi ve uygulanabilmesiyle alakalıdır. Schutz ve Carpenter (2010: 19) ise İnsan kaynakları planlamasının vazgeçilmez unsuru olarak beliren yetenek yönetiminin, organizasyonda içselleştirilmiş yetenek yönetimi uygulamalarının sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesinin, organizasyonun stratejik yönetim sürecine büyük ölçüde katkı sağladığını vurgulamaktadır. Organizasyonların ihtiyaçlarını belirlemesi ve ihtiyaçların gidermek üzere doğru hamlelerin yapılması stratejiyle ilgilidir. Collings ve Mellahi (2009: 304; 2010: 143) konunun farklı bir boyutuna değinerek, stratejik yetenek yönetimini örgütlerin piyasada rekabet üstünlüğünü sağlamada; örgütteki kritik pozisyonların tanımlanmasını, bu pozisyonlarda çalışacak potansiyeli yüksek kişilerden oluşan bir yetenek havuzunun oluşturulmasını, yetenekli kişilerin seçilebilmesi için geniş insan kaynağı yapısının oluşturulması ve bu unsurların organizasyonlarına bağlı olmalarını içermektedir diyerek tanımlamıştır. Stratejik belirleme faaliyeti genel olarak ileriye dönük amaçları içermektedir. Bu nedenle stratejik yetenek yönetiminin de organizasyonlarda uzun süreli ve istikrarlı başarıyı hedeflediği söylenebilir. Üstün yetenekli çalışanları bünyelerinde barındırmaları örgütler için önemli bir avantaj olmakla beraber, rekabetçi piyasada tek başına başarının garantisi olduğu anlamını taşımamaktadır. Cheese, Thomas ve Craig (2008: 9)' e göre, günümüz ekonomi dünyasında bakış açısında, sürdürülebilir rekabetçi başarının temelinde, rekabet edebilecek

becerileri temin edebilmek ve yetenekle güçlendirilmiş organizasyonun oluşturulmasıdır. Organizasyonlar içinde bulunan yetenekli çalışanların hem sayısının hem de niteliğinin artırılması, güçlendirilmesi gereken yönleri üzerine durulması ve örgütteki boş pozisyonların hızlıca uzman çalışanlar ile doldurulması, stratejik yetenek yönetimi kültürünün organizasyonda yer alması ile mümkün olabilir. Berger (2004: 431) Stratejik Yetenek yönetiminin yönetici pozisyonu için destekleyici bir fonksiyona sahip olduğunu, karar alıcılar için bilgisel değeri yönüyle değerlendirilmeye açık bir yönü olduğunu belirtmektedir (Uludağ,2019:343-344).

BİREYSEL YETENEKLERİN KURUMSALLAŞMASI

İnsanoğlunun hem etkileyen hem etkilenen varlık olması ve bu bilincin örgütlerde yaygınlaşmasıyla sonuçlar üzerinde etkili olabileceğinin farkında olan yetenekli işgörenlerin iş motivasyonları fazla ve örgüte artı değer katma oranları yüksektir. Bu tür özel yetenekli işgörenleri elde etmek ve işte tutmak beklentilerini karşılamakla olabilmektedir. Yeteneklerinin farkında olan kişilerin maddi ve manevi beklentileri karşılanmadığında yeteneklerine değer vereceğini taahhüt eden başka örgütlere kayabilmektedir. Bu kişiler iş ve işyeri tercihlerinde maddi ve duygusal beklentilerini birlikte değerlendirerek karar vermektedirler. Bu beklentiler Freiberg (2005:13)’e göre;

- Kariyer ve aile yaşamı dengesinin kurulduğu bir iş ortamı
- İşe göre personelin seçilmesi
- Esnek çalışma
- Sosyal ortama dayalı iş arkadaşlığı
- Şeffaf yönetim anlayışının varlığı (Altuntuğ,2009;453-454)

KÜRESEL YETENEK YÖNETİMİ

21. yy’da iletişim ve ulaşımın kolaylaşması iş bulma ve işe yerleştirme süreçlerini de değişime uğratmış, işgücünün ülke sınırları dışında değerlendirilmesinin yolu açılmıştır. Bütün dünyada artan işgücü hareketliliğine bağlı olarak, yüksek yeteneklere sahip bireylerin küresel piyasalarda iş fırsatları yakaladığı görülmektedir. Ayrıca, yeteneklerin daha işgücü piyasasına adım atmadan fark edilmeye ve örgüte kazandırılmaya çalışıldığına şahit olunmaktadır. İş dünyasının birbiri ile bu kadar entegre hale geldiği; piyasaların küresel boyuta taşındığı günümüz emek piyasalarında işgücü talebinin ortaya çıkması küresel yetenek yönetiminin tanımlanmaya başlanmasına sebep olmuştur. Küresel yetenek yönetimi tanımlanırken ilk olarak küresel piyasaların yetenek yönetiminden ne beklediği sorusuna cevap aranmaktadır. Stan (2012, 6)’a göre; Küresel yetenek yö-

netiminden, yetenek stratejileri içerisinde bir lokomotif görevi görerek iş stratejilerinin dönüşümünü sağlayan tüm stratejik süreçlerin yeniden yapılanmasında bir köprü vazifesi görmesi beklenmektedir. Bir diğer beklenti ise, Küresel yetenek yönetiminde örgütteki pozisyonların belirlenip bu pozisyonlara küresel yetenek arayışı anlayışına uygun yeteneklerin yerleştirilmesidir. Ayrıca bu belirlenen pozisyonlar doldurulurken yeteneklerin seçiminde kurum kültürüne kolayca adapte olabilen ve temsil yeteneği yüksek işgücüne ulaşabilmek hareket noktası olmalıdır. En önemli beklentilerden biri de işgörenlerin seçilmesi, işe yerleştirilmesi, kariyer gelişimi, eğitimi ve kurum içinde tutulması gibi iş basamakları tasarlanırken küresel boyuta taşınabilme vizyon ve misyon belirlenerek planlanma yapılmasıdır. Bu bağlamda uluslararası standartlarda yetenek yönetim sistemleri incelenerek örgütün bölgesel yapılanmasında uygulanabilir sistemler oluşturulması beklenmektedir (Yumurtacı,2014;206-207).

YETENEK YÖNETİMİ VE YETENEK EKONOMİSİ İLİŞKİSİ

Yetenek yönetimi süreçlerinin incelenmeye başlanmasıyla ortaya çıkan yeni bir kavram olarak ‘yetenek ekonomisi’ karşımıza çıkmaktadır. Örgütler, insan kaynağında hiç kimseyi kaybetmeyi maliyet açısından göze alamaz. Örgütler açısından bu maliyet iki yönlü değerlendirilebilir. Rekabet ortamında keşfedilen yenilikçi bir fikir örgütü diğerlerinden çok daha ileriye taşıyabilir ve rekabet avantajına dönüşebilir. İşletmelerde, rekabetçi üstünlük sağlamaya aracılık eden işgörenlerin, bilgi ekonomisinin ortaya koyduğu bilgiyi, yetenek ekonomisinde tecrübeleri, yetenekleri ve yaratıcılıkları ile birleştirebildikleri gözlemlenmektedir. Yenilikçi fikir üretebilecek yeteneklerin işten ayrılması, örgütü rekabet avantajını kaybetme riski ile karşı karşıya bırakabilir. Diğer açıdan ise iş gücüne yapılan yatırımın, işgörenin başka bir örgütü tercih etmesi ile önemli kayıplar olarak örgüte yansımaktadır. Yetenek ekonomisinde örgütler yatırım yapmış oldukları işgörenlerin bünyelerinde çalışmaya devam etmesi ve verimliliklerine olan katkılarına devam etmeleri için onlara farklı olanaklar sunmaktadırlar. Yetenek yönetimi alanında farkındalığın arttığı günümüz iş dünyasında fark yaratmak isteyen örgütlerin, yetenek ekonomisinin gerektirdiği işgören ihtiyaçlarının karşılanması, sürekli öğrenme ile yeteneklerin geliştirilmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesi ilkelerine uyum sağlamaları gerekmektedir (Doğan ve Demiral, 2008,162-163).

SONUÇ

2015 de internet sayfaları baz alınarak, “talent management hr” kelimeleri ile yapılan araştırmada karşımıza 21 milyondan fazla veri çıkmaktaydı. Bu sayı 2004 yılı sonunda ise sadece 3 milyona yakın bir rakam-

dı. Bu sonuç bize yetenek yönetimi kavramı üzerine farkındalığın hem iş dünyasında hem yazımsal hayatta ne kadar arttığını göstermesi açısından önemlidir. Aynı zamanda yeni bir kavram olarak insan kaynakları yönetimi yazım alanında karşımıza çıkmaktadır (Keçecioğlu,2017:1). Küreselleşen dünyada rekabet koşullarının daha acımasız hale gelmesi, örgütlerin hayatta kalma mücadelesinin zorlaşmasına ve daha da önemlisi sürdürülebilir başarıyı yakalamalarında, yönetim süreçlerini yeniden gözden geçirmesine sebep olmaktadır. Örgütün temel unsuru olan insanı, yönetmek kritik bir hal almıştır. Bu nedenle örgütler güncel uygulamaları takip etmek ve süreçlerine entegre etmek zorundadırlar. Modern insan kaynakları yönetimi anlayışlarından biri olan yetenek yönetimi ise örgüt içinde işgörenin potansiyelini keşfetmek, desteklemek ve yeteneğini geliştirmek için iyi bir araç olarak kullanılmaktadır. Örgütün ihtiyaçları doğrultusunda iş basamaklarının tanımlanması; işe uygun işgören seçilmesi ve işe yerleştirilmesi öncelikle örgütün yetenek kavramını doğru tahlil etmiş ve uygulamada iyi bir yetenek avcısı olmasına bağlıdır. Daha sonrasında bu yeteneklerin geliştirilmesi için uygun ortam ve iş süreçlerinin oluşturulmuş olması işgörenin potansiyelini ortaya koyabilmesi için önemlidir. İş dünyasında yeteneği keşfetmek ve yönetmek kadar elde tutabilmek de rekabette avantaj üstünlüğü sağlayabilmek için örgütlerde yönetsel açıdan kritik hale gelmiştir. Keşfedilmiş ve yetiştirilmiş yetenekli işgörenin örgütten ayrılmasının maliyeti değerlendirildiğinde örgütler konuya daha da eğilmişlerdir. Tüm bunlar göz önüne alındığında, modern bir yönetim uygulaması olarak yetenek yönetimi güncelliğini uzun süre koruyacak gibi gözükmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksakal, E. ve Dağdeviren M. (2015), Yetenek Yönetimi Temelli Personel Atama Modeli ve Çözüm Önerisi, *Gazi Üniversitesi. Mühendislik- Mimarlık Fakültesi Dergisi*, C. 30, S. 2,
- Alayoğlu, N. (2010), İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Dönem: Yetenek Yönetimi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, s.69
- Altınöz, M. (2018), Yetenek Yönetiminin Algılanması Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39): 82-95 - İşletme / Araştırma
- Altıntaş, M. (8.2018), İnsan Kaynaklarında Yeni Bir Yaklaşım: Yetenek Yönetimine İlişkin Nitel Bir Araştırma, *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (AEUİİBFD)* Cilt 2, Sayı 1, Haziran 2018, Sayfa: 24-43
- Altunoğlu, A, Atay, H. ve Terlemez, B.(20159, İnsan Kaynakları Bakış Açısından Yetenek Yönetimi: Bankacılık Sektörü Uygulama Örneği, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, Yıl 2015, Cilt XXXVII, Sayı I, S. 47-70 DOI No: 10, 14780/İİBD.43915
- Altuntuğ, N. (2009), Rekabet Üstünlüğünün Sürdürülmesinde Yeteneklerin Rolü: Yetenek Yönetim Yaklaşımı, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2009, C.14, S.3 s.445-460
- Bayraktar, O. ve Alayoğlu N.(2018), *Günümüz Örgütleri İçin Yetenek Yönetimi Modeli Önerisi: Devşirme Sistemi*, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 51, Sayı 3, Eylül 2018, s.89-119
- Benli, A. & Şahin, L. (2004). İnsan Kaynakları Yönetiminde İlgören Bulma ve Seçme: Çınar Hotel Uygulaması. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi* , (8, 113-124).
- Çelik, M. ve Zaim, A. H. , (2012), Yetenek Yönetimi Yaklaşımı: *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, Yıl: 10 Sayı: 20 Güz 2011 s.34-36
- Çırpan, H. ve Şen, A, (2009), İşletmelerde Yenilikçiliği Geliştirmede Etkili Bir Araç: Yetenek Yönetimi, *Çerçeve Dergisi*, MÜSİAD, Sayı. Eylül, s.110-116
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2008), İnsan Kaynakları Yönetiminde Çalışanların Kendilerine Doğru Yolculuk Yöntemi: Yetenek Yönetimi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 3, s.145-166
- Fettahlioğlu, Ö. O. ve Demir, S. (2014), İşletme Yönetiminde Yönetimsel Pandora: Meritokrasi ve Yetenek Yönetimi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y. 2014, C.4, S. 1
- Keçecioglu, T. (2017), Yetenek Yönetimi Felsefesine Farklı Lenslerle Bakabilmek Üzerine Alıştırmalar, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi* Cilt 5, Sayı 1, 2017, ss.1-20 ISSN:2147-804X

Türk Dil Kurumu (2022), “Yetenek” <https://sozluk.gov.tr/> (E.T.: 11.12.2022)

Uludağ, G. (2019), Lider Üye Etkileşiminin Yetenek Yönetimine Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.28, S. 2, s. 338-353

Yumurtacı, A. (2014), Küreselleşen Emek Piyasalarında Yeni Bir Olgu: Yetenek Yönetimi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Y. 5, S. Nisan-Ekim, s.187-212

“

Bölüm 21

**BEYAZ, MAVİ, GRİ VE PEMBE YAKA
ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK
ÖZELLİKLERİNE GÖRE MUTLULUK
DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI**

Zübeyir ÖZÇELİK¹

”

¹ Dr., Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı, zubeyir_ozcelik@hotmail.com,
Orcid Id: 0000-0001-7027-7396

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca mutluluğu; anlamlandırma, tanımlama ve mutlu olma üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bazen mutluluk, maddi varlıklardan üzerinden tanımlanırken, bazen de mutluluk, manevi ve soyut yönleriyle ele alınmıştır, hatta mutluluk kimi zaman da sağlıklı olma dertten, sıkıntıdan, kederden uzak olma hali olarak da değerlendirilmiştir.

Sosyal bilimciler ve davranış bilimciler mutluluğu; deneysel ve kuramsal çalışmalar yaparak öznel iyi olma hali üzerinden tanımlama yoluna gitmeyi tercih etmişlerdir. Öznel iyi olma kavramının literatürde gelişmesine öncülük eden en önemli araştırmacılardan birisi psikoloji profesörü Ed Diener'dir (Kangal, 2013). Öznel iyi olma kavramı bireylerin ekonomik ve sosyal yönden iyi olmalarından öte bireylerin öznel olarak kendi yaşamını değerlendirmeleri sonucunda ortaya çıkan iyilik düzeyini gösteren bir kavramdır (Diener ve Ryan, 2009).

Birey kendisi öznel iyi olma durumunu yüksek olarak algıladığı takdirde iyi ve güzel duygular hissetmekte, yaşamındaki süregelen olayları olumlu olarak değerlendirip çokça şükretmektedir (Kangal, 2013). Eğer birey kendisini öznel olarak iyi algılamıyorsa, kendi içinde bulunduğu yaşam koşullarını ve olayları olumsuz olarak nitelendirip sıkıntı, depresyon ve öfke ile istenmeyen duygular hissetmektedir (Myers ve Diener, 1995). Dolayısıyla mutluluk başka bir ifade ile iyi olma hali, bireyin tamamen kendi içinde bulunduğu durumu yorumlaması ve algılaması ile ilgili olduğu değerlendirilebilir. Bu çalışmada da beyaz, mavi, gri ve pembe yakalı çalışanlara “kendi yaşamınızı bir bütün olarak düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz”? soruları yöneltilmiş ve sonuçları ile demografik değişkenler (eğitim durumu, yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir) beraber değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Çalışma giriş ile başlamıştır. Kavramsal çerçeve kısmında mutluluk kavramı, beyaz, mavi, gri ve pembe yaka kavramları ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci kısmında; araştırmanın yöntemi, amacı, evren ve örnekleme ile veri toplama tekniği hakkında bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın bulguları yer almaktadır. Tartışma ve sonuç olan dördüncü bölüm ile çalışma tamamlanmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Mutluluk Kavramı

Mutluluk kavramı, birçok disiplinin üzerinde çalıştığı kavramlardan bir tanesidir. Özellikle günümüzde, pozitif psikoloji, örgütsel davranış ve yönetim alanında çalışan insanlar işyeri mutluluğu (Erhan, 2021) hanedeki mutluluk ve bireyin bir bütün olarak iyi olma hali üzerinden mutluluğu

tanımlamayı tercih etmişlerdir. Diener'in (2000) tanımına göre mutluluk, bireylerin yaşam kaliteleri hakkında öznel bir değerlendirmede bulunmaları ve yaşamlarının iyi bir yaşam olup olmadığı hakkındaki algılarıdır.

İşyeri mutluluğu yayılma teorisi kapsamında ele alınmalıdır. Bu teoriye göre aile hayatındaki iyi ve kötü duygulanımlar işi etkilerken, işyeri hayatındaki iyi ve kötü duygulanımlar da aile hayatını etkilemektedir (Champoux 1978). Dolayısıyla mutlu olma halini iş ve aile olarak bütünleşik bir şekilde ele almanın daha doğru olduğu değerlendirilmektedir.

Diener, (1994) “mutluluk” terimini, öznel iyi olma ile aynı anlamda kullanmıştır. Kangal (2013) yaptığı çalışmada öznel iyi olmayı etkileyen faktörleri; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir olduğunu değerlendirmiştir. Bir başka bakış açısıyla; Myers ve Diener (1995)'e göre öznel iyi olma halinde önemli olan olumsuz duyguların var olmayışı ve olumlu duyguların varlığıdır. Dolayısıyla insanların olumsuz duygulara sahip olmaması da öznel iyi olma halini sağlayan bir durumdur. Bu çalışmada çalışanların; mutluluk ile yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim ve gelir arasındaki ilişkiler ele alınmıştır.

Beyaz, Mavi, Gri ve Pembe Yaka Kavramları

Yaka rengi sadece iş yaşamında değil toplumsal yaşamda da 1950'li yıllardan itibaren sosyolojik açıdan ABD başta olmak üzere farklı ülkelerde (Altimus ve Tersine, 1973; Srivastava ve Sinha, 1975; Hulme ve Bevan, 1975) İsveç (örn: Haanes-Olsen, 1972'den akt. Aldrich, 1982), Japonya (örn: Cook, 1972) ve Hindistan (örn: Muthuchidambaram, 1972) üzerinde çalışılmaya başlanmıştır (Eriş ve arkadaşları 2020).

Çalışanları yaka rengine bakarak onları daha kolay kategorize etmek, işyeri sahipleri ve yöneticiler açısından işin tanımı, eğitim seviyesi, sosyoekonomik durum, cinsiyet, maaş, sigorta, sosyal haklar v.b. faydaları bulunabilir. Nitekim davranışsal olarak da bakıldığında Ateş ve arkadaşları (2014) yaptıkları çalışmada mavi ve beyaz yakalı çalışanların eşitliğe karşı tepki biçimlerini ölçtükleri çalışmalarında mavi ve beyaz her iki yaka grubunun işyerinde eşitsizliğe farklı tepkiler gösterdiklerini istatistiksel olarak açıklamışlardır.

Ulusal ve uluslararası yazında genel kabul görmüş beyaz ve mavi yaka kavramı tanımlanmıştır. Ancak Eriş ve arkadaşları (2020) literatürdeki çalışmalara bakarak güncel kullanılan ve yeni yeni kullanılmaya başlanan yaka rengi kavramlarını bir araya getirdikleri makalelerinde; beyaz, mavi, altın, gri, pembe, yeşil olarak çeşitli yaka renklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda yaka renkleri; beyaz, mavi, gri ve pembe olarak ele alınmış ve tanımları aşağıda sunulmuştur.

Mavi yaka olarak tanımlanan çalışanlar, zihinsel faaliyetlere ek olarak beden gücünün yoğun olarak kullanıldığı alanlarda çalışırlar. Mavi yakanın çıkış noktası Amerika Birleşik Devletleri’nde beden gücüyle çalışan işçilere “mavi yakalı” denmesiydi, çünkü ağır işlerde çalışıyorlardı ve açık renkli beyaz ve türevleri kıyafetleri çabuk kirlendiği için mavi kot v.b. kıyafetler bu çalışanlar için tercih ediliyordu. Mavi yaka çalışanlara örnek olarak, işçi, kapıcı, iş makineleri kullanan operatörler, çiftçiler, garsonlar, seyyar satıcılar, tamirciler, boyacılar, temizlikçiler, tesisatçılar v.b. meslek sahibi çalışanlar verilebilir.

Beyaz yaka olarak tanımlanan çalışanlar, işe giderken gömlek giyen ve kravat takan idari çalışanları ifade etmektedir. Bu kişiler çoğunlukla üniversite okumuş ve resmi kıyafetleri giyen çalışanlardan oluşmaktadır. Beyaz yaka çalışanlara örnek olarak, mimar, doktor, pilot, mühendis, bankacı v.b. meslek sahibi çalışanlar için kullanılmaktadır.

Gri yaka olarak tanımlanan çalışanlar, beyaz ve mavi yaka arasında çalışan mavi yakalıların yaptığı işi denetleyen mavi yakalılarla beraber aktif çalışan şef, ustabaşı, vardiya amiri, çavuş ve formenler için kullanılmaktadır (Hutchings vd, 2009).

Pembe yaka olarak tanımlanan çalışanlar genellikle hizmet sektöründe çalışanlar için kullanılmaktadır. Garsonlar, perakende satış memurları, satış görevlileri ve halkla ilişkileri sekreter, hemşire ve öğretmen gibi kadınların “daha yoğun” çalıştığı alanlar olarak ifade edilebilir (Williams, 1993).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’deki beyaz, mavi, gri ve pembe yaka çalışanların demografik özelliklerine göre mutluluk düzeylerini tespit etmek, karşılaştırmak ve farklılıkları ortaya koymaktır.

Araştırmanın evreni, Türkiye’de 1 no’lu İstatistiki Bölge Birimi sınıflandırması (Nuts1) düzeyinde yapılan 2021 TÜİK Aile Yapısı Araştırmasında yer alan hanelerdeki 10.319 meslek sahibi olan kişilerdir.

Araştırmada kullanılan veri seti; TÜİK Aile Yapısı Araştırmasında yer alan 10.319 çalışandan anket yöntemi uygulanarak elde edilen verilerdir. Veriler SPSS 22.00 anket programı ile analiz edilmiştir. İlk olarak 10.319 çalışana veri toplama esnasında ISCO-08 meslek kodları anketörler tarafından verilmiştir. 10319 kişinin ISCO-08 meslek kodunda tekrar edenler kaldırılmış ve tekrar etmeyen 419 ISCO-08 meslek koduna ulaşılmıştır. Daha sonra 419 ISCO -08 meslek kodunun sahip olduğu iş türünün hepsine tek tek beyaz, mavi, gri ve pembe yakadan hangi gruba dahil olduğuna karar verilmiş ve atamaları yapılmıştır. Yapılan atamalar

neticesinde 419'lu örnek kütle ISCO-08 meslek kodları aynı olanlarda 10319'luk örnek kütleyle ulaşılmıştır. 10.319 çalışan içerisinde; 3751 beyaz yakalı çalışan, 4701 mavi yakalı çalışan, 801 gri yakalı çalışan ve 1066 pembe yakalı çalışan olduğu tespit edilmiştir.

Bulgular

Örnekleme oluşturan demografik değişkenler; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ve gelir olmak üzere Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
<i>erkek</i>	7136	69,2
<i>kadın</i>	3183	30,8
Yaş		
<i>15-25</i>	1567	15,2
<i>26-35</i>	3274	31,7
<i>36-45</i>	3297	32,0
<i>46-55</i>	1701	16,5
<i>56+</i>	480	4,7
Medeni Durum		
<i>hiç evlenmedi</i>	2783	27,0
<i>evli</i>	6981	67,7
<i>boşandı</i>	478	4,6
<i>eşi öldü</i>	77	0,7
Eğitim		
<i>bir okul bitirmedi</i>	80	0,8
<i>ilkokul</i>	1455	14,1
<i>ortaokul</i>	1877	18,2
<i>lise</i>	2773	26,9
<i>önlisans</i>	975	9,4
<i>lisans</i>	2578	25,0
<i>y.lisans ve üstü</i>	581	5,6
Gelir		
<i>0-3499</i>	4246	41,1
<i>3500-4999</i>	2113	20,5
<i>5000-7499</i>	2544	24,7
<i>7500-9999</i>	639	6,2
<i>10000+</i>	777	7,5

Ankete katılanların % 69,2'si erkek, % 30,8'i kadındır. Katılımcıların % 46,9'u 15-35 yaş aralığında iken % 48,5'i 36-55 yaş aralığındadır. % 4,7'si ise 56 yaşından büyüktür. Hiç evlenmeyenlerin oranı % 27, evli olanların oranı %6 7,7 boşananların oranı % 4,6, eşi ölenlerin oranı ise % 0,7'dir. Katılımcıların %0,8'si bir okul bitirmemiştir, %14,1'i ilkokul mezunudur, %18,2'si ortaokul mezunudur, %26,9'u lise mezunudur, %9,4'ü önlisans mezunudur, %25'i lisans mezunudur, %5,6'sı yüksek lisans ve üstü mezundur. Katılımcıların %41,1'i 0-3499 arasında, % 20,5'i 3500-4999 arasında, % 24'ü 75000-7499 arasında % 6,2'si 7500-9999 arasında, % 7,5'i 10000+ üstünde gelire sahiptir.

Hipotez Testleri

H_0 : Çalışanların yaka rengi ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H_1 : Çalışanların yaka rengi ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Elde edilen verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığına bakmak için normallik testi yapılmıştır. Kolmogrov-Smirnov Normallik testi sonucunda verilerin Sig değerleri<0,05 olduğu için verilerin normal dağılıma sahip olmadığı görülmüştür. Verilerin normal dağılıma sahip olmadığı durumda non-parametrik testlerden Kruskal Wallis Testi uygulanmaktadır. Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,000<0,05 olduğu için H_0 hipotezi reddedilip, H_{01} hipotezi kabul edilmiştir. Beyaz, Mavi, Gri ve Pembe yaka çalışanların mutluluk düzeyleri arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	56,482
df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: yaka

Hangi çalışanların daha mutlu olduğunu tespit edebilmek için non-parametrik testlerden Mann-Whitney U testi ikili gruplar halinde; örneğin beyaz ve mavi yaka arasında, beyaz ve gri yaka arasında v.b. olmak üzere toplam 6 grupta uygulanmıştır. Uygulama sonucunda; beyaz yakalı çalışanlar, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu, yine beyaz yakalı çalışanlar, pembe yakalı çalışanlara göre daha mutlu, gri yakalı çalışanlar, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu, gri yakalı çalışanlar, pembe yakalı

çalışanlara göre daha mutlu olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Beyaz ve gri yaka çalışanların mutlulukları ile mavi ve pembe yaka çalışanların mutluluk düzeyleri karşılaştırıldığında aralarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

*Tablo 2. Çalışanların Yaka Rengine göre Mutluluk Düzeyi Karşılaştırmaları
Mann-Whitney U Testi*

Çalışanların Yaka Rengi	Asymp. Sig. (2-tailed) değeri	Mutluluk Düzeyi
Beyaz Mavi	,000<0,05	Beyaz yakalı çalışanlar, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu
Beyaz Gri	,437>0,05	Anlamlı farklılık yok
Beyaz Pembe	,009<0,05	Beyaz yakalı çalışanlar, pembe yakalı çalışanlara göre daha mutlu
Mavi Gri	,000<0,05	Gri yakalı çalışanlar, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu
Mavi Pembe	,077>0,05	Anlamlı farklılık yok
Pembe Gri	,012<0,05	Gri yakalı çalışanlar, pembe yakalı çalışanlara göre daha mutlu

Mutluluk Ortalama

Yaka Rengi	Mean	N	Std. Deviation
Beyaz	2,1832	3751	,80716
Mavi	2,3019	4701	,84080
Gri	2,1548	801	,81148
Pembe	2,2458	1066	,81397
Total	2,2415	10319	,82568

H_{10} : Çalışanların eğitim durumu ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H_{11} : Çalışanların eğitim durumu ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	69,766
df	6
Asymp. Sig.	,000

*a. Kruskal Wallis Test**b. Grouping Variable: eğitim*

Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,000<0,05 olduğu için H_{10} hipotezi reddedilip, H_{11} hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların eğitim durumu ile mutluluk düzeyleri arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Hangi eğitim düzeyine sahip çalışanların daha mutlu olduğunu tespit edebilmek için non-parametrik testlerden Mann-Whitney U testi ikili gruplar halinde; toplam 21 grupta uygulanmıştır. Uygulama Sonucu Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Eğitim durumuna göre Mutluluk Düzeyi Karşılaştırmaları Mann-Whitney U Testi

Çalışanların Karşılaştırma Eğitim Durumu	Düzeyi	Asymp. Sig. (2-tailed) değeri	Mutluluk Düzeyi
Bir okul bitirmedi	İlkokul	,668>0,05	Anlamlı farklılık yok
Bir okul bitirmedi	Ortaokul	,894>0,05	Anlamlı farklılık yok
Bir okul bitirmedi	Lise	,316>0,05	Anlamlı farklılık yok
Bir okul bitirmedi	Ön lisans	,503>0,05	Anlamlı farklılık yok
Bir okul bitirmedi	Lisans	,062>0,05	Lisans mezunları, okul bitirmeyenlere göre daha mutlular
Bir okul bitirmedi	Y.lisans ve üstü	,010<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, okul bitirmeyenlere göre daha mutlular
İlkokul	Ortaokul	,336>0,05	Anlamlı farklılık yok
İlkokul	Lise	,049<0,05	Lise mezunları, ilkokul mezunlarına göre daha mutlular
İlkokul	Ön lisans	,489>0,05	Anlamlı farklılık yok
İlkokul	Lisans	,000<0,05	Lisans mezunları, ilkokul mezunlarına göre daha mutlular
İlkokul	Y.lisans ve üstü	,000<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, ilkokul mezunlarına göre daha mutlular

Ortaokul	Lise	,001<0,05	Lise mezunları, ortaokul mezunlarına göre daha mutlular
Ortaokul	Ön lisans	,128>0,05	Anlamli farklılık yok
Ortaokul	Lisans	,000<0,05	Lisans mezunları, ortaokul mezunlarına göre daha mutlular
Ortaokul	Y.lisans ve üstü	,000<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, ortaokul mezunlarına göre daha mutlular
Lise	Önlisans	,375>0,05	Anlamli farklılık yok
Lise	Lisans	,000<0,05	Lisans mezunları, lise mezunlarına göre daha mutlular
Lise	Y.lisans ve üstü	,000<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, lise mezunlarına göre daha mutlular
Önlisans	Lisans	,001<0,05	Lisans mezunları, ön lisans mezunlarına göre daha mutlular
Önlisans	Y.lisans ve üstü	,000<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, ön lisans mezunlarına göre daha mutlular
Lisans	Y.lisans ve üstü	,039<0,05	Y. Lisans ve üstü mezunlar, lisans mezunlarına göre daha mutlular

Çalışanların eğitim durumlarının mutluluk düzeyi ilişkisini tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırmalar neticesinde; yüksek lisans ve üstü mezunlar, okul bitirmeyenlere göre daha mutlu, lise mezunları ilkokul mezunlarına göre daha mutlu, lisans mezunları, ilkokul mezunlarına göre daha mutlu, yüksek lisans ve üstü mezunlar, ilkokul mezunlarına göre daha mutlu, yüksek lisans ve üstü mezunlar, ortaokul mezunlarına göre daha mutlu olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer sonuçlar detaylı olarak Tablo 3'te sunulmaktadır.

Mutluluk Ortalamalar

Eğitim	Mean	N	Std. Deviation
Bir okul bitirmedir	2,3500	80	,88732
İlkokul	2,2832	1455	,80462
Ortaokul	2,3191	1877	,85638
Lise	2,2477	2773	,82196
Ön lisans	2,2769	975	,84971
Lisans	2,1703	2578	,80747
Y. Lisans ve üstü	2,0981	581	,78500
Total	2,2415	10319	,82568

H₂₀: Çalışanların cinsiyeti ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H₂₁: Çalışanların cinsiyeti ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,660>0,05 olduğu için H_{20} hipotezi kabul edilip, H_{21} hipotezi reddedilmiştir. Çalışanların cinsiyeti ile mutlulukları arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	,194
df	1
Asymp. Sig.	,660

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: cinsiyet

H_{30} : Çalışanların medeni durumu ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H_{31} : Çalışanların medeni durumu ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,00<0,05 olduğu için H_{30} hipotezi reddedilip, H_{31} hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların medeni durumu ile mutluluk arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	707,688
df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

Ortalamalara bakıldığında evli olanlar hiç evlenmeyenlere göre daha mutlu, evli olanlar boşananlara göre daha mutlu, evli olanlar eşi ölenlere göre daha mutludurlar. Ayrıca hiç evlenmeyenler ile boşananalar, hiç evlenmeyenler ile eşi ölenler, boşananlar ve eşi ölenler arasında mutluluk yönüyle istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 4. Medeni Duruma göre Mutluluk Düzeyi Karşılaştırmaları Mann-Whitney U Testi

Çalışanların Eğitim Durumu Karşılaştırma Düzeyi	Asymp. Sig. (2-tailed) değeri	Mutluluk Düzeyi
Hiç evlenmedi Evli	,000<0,05	Evli olanlar hiç evlenmeyenlere göre daha mutlular
Hiç evlenmedi Boşandı	,206>0,05	Anlamlı farklılık yok
Hiç evlenmedi Eşi öldü	,883>0,05	Anlamlı farklılık yok
Evli Boşandı	,000<0,05	Evli olanlar boşananlara göre daha mutlular
Evli Eşi öldü	,000<0,05	Evli olanlar eşi ölenlere göre daha mutlular
Boşandı Eşi öldü	,494>0,05	Anlamlı farklılık yok

Mutluluk Ortalamalar

Medeni Durum	Mean	N	Std. Deviation
Hiç evlenmedi	2,5555	2783	,89072
Evli	2,0885	6981	,74685
Boşandı	2,6046	478	,89287
Eşi Öldü	2,5065	77	,78846
Total	2,2415	10319	,82568

H_{40} : Çalışanların yaşları ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H_{41} : Çalışanların yaşları ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,00<0,05 olduğu için H_{40} hipotezi reddedilip, H_{41} hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların yaşları ile mutluluk arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	139,181
df	4
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: yas

Ortalamalara bakıldığında 26-35 yaş aralığındaki kişiler 15-25 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu, 36-45 yaş aralığındaki kişiler 15-25 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu, 36-45 yaş aralığındaki kişiler 46-55 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu olduğu görülmüştür. Ayrıca Tablo 5'te detaylı sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 5. Yaş Aralıklarına Göre Mutluluk Düzeyi Karşılaştırmaları Mann-Whitney U Testi

Yaş Aralıklarına Göre Karşılaştırma Düzeyi	Asymp. Sig. (2-tailed) değeri	Mutluluk Düzeyi
15-25 26-35	,000<0,05	26-35 yaş aralığındaki kişiler 15-25 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu
15-25 36-45	,000<0,05	36-45 yaş aralığındaki kişiler 15-25 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu
15-25 46-55	,000<0,05	46-55 yaş aralığındaki kişiler 15-25 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu
15-25 56+	,000<0,05	56+ yaş üstündekiler 15-25 yaş aralığındakilere göre daha mutlular
26-35 36-45	,001<0,05	36-45 yaş aralığındaki kişiler 26-35 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu
26-35 46-55	,706>0,05	Anlamlı farklılık yok
26-35 56+	,307>0,05	Anlamlı farklılık yok
36-45 46-55	,001<0,05	36-45 yaş aralığındaki kişiler 46-55 yaş aralığındaki kişilere göre daha mutlu
36-45 56+	,454>0,05	Anlamlı farklılık yok
46-55 56+	,205>0,05	Anlamlı farklılık yok

Mutluluk Ortalamalar

Yaş Aralığı	Mean	N	Std. Deviation
15-25	2,4690	1567	,90347
26-35	2,2382	3274	,86274
36-45	2,1565	3297	,76823
46-55	2,2222	1701	,76696
56+	2,1729	480	,74611
Total	2,2415	10319	,82568

H₅₀: Çalışanların gelirleri ile mutlulukları arasında farklılık yoktur.

H₅₁: Çalışanların gelirleri ile mutlulukları arasında farklılık vardır.

Kruskal Wallis Testi sonucuna göre Asymp sig 0,010<0,05 olduğu için H₅₀ hipotezi reddedilip, H₅₁ hipotezi kabul edilmiştir. Çalışanların gelirleri ile mutluluk arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Test Statistics^{a,b}

	mutluluk
Chi-Square	286,099
df	4
Asymp. Sig.	,000

*a. Kruskal Wallis Test**b. Grouping Variable: gelir*

Ortalamalara bakıldığında; gelir aralığı 3500-4999 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu, gelir aralığı 5000-7499 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu, gelir aralığı 7500-9999 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu, geliri 10.000+ olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu olduğu görülmüştür. Ayrıca Tablo 6'da detaylı sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 6. Gelir Aralıklarına Göre Mutluluk Düzeyi Karşılaştırmaları Mann-Whitney U Testi

Gelir Aralıklarına Göre Karşılaştırma Düzeyi		Asymp. Sig. (2-tailed) değeri	Mutluluk Düzeyi
0-3499	3500-4999	,000<0,05	Gelir aralığı 3500-4999 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu
0-3499	5000-7499	,000<0,05	Gelir aralığı 5000-7499 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu
0-3499	7500-9999	,000<0,05	Gelir aralığı 7500-9999 olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu
0-3499	10000+	,000<0,05	Geliri 10.000+ olanlar, gelir aralığı 0-3499 olanlara göre daha mutlu
3500-4999	5000-7499	,000<0,05	Gelir aralığı 5000-7499 olanlar, gelir aralığı 3500-4999 olanlara göre daha mutlu
3500-4999	7500-9999	,000<0,05	Gelir aralığı 7500-9999 olanlar, gelir aralığı 3500-4999 olanlara göre daha mutlu
3500-4999	10000+	,000<0,05	Geliri 10.000+ olanlar, gelir aralığı 5000-7499 olanlara göre daha mutlu
5000-7499	7500-9999	,155>0,05	Anlamlı farklılık yok
5000-7499	10000+	,000<0,05	Geliri 10.000+ olanlar, gelir aralığı 5000-7499 olanlara göre daha mutlu
7500-9999	10000+	,016<0,05	Geliri 10.000+ olanlar, gelir aralığı 7500-9999 olanlara göre daha mutlu

Mutluluk Ortalamaları

Gelir Grupları	Mean	N	Std. Deviation
0-3499	2,3884	4246	,87453
3500-4999	2,2347	2113	,81521
5000-7499	2,1199	2544	,74527
7500-9999	2,0798	639	,74376
10000+	1,9884	777	,73822
Total	2,2415	10319	,82568

Tartışma ve Sonuç

TÜİK'in istatistiki bölge birimleri sınıflandırması (NutS 1) düzeyinde hanelerle yaptığı 2021 yılı Türkiye Aile Yapısı Araştırmasında elde edilen veriler üzerinde istatistiksel analizler uygulanarak beyaz, mavi, gri ve pembe yaka çalışanların demografik özellikleri (eğitim durumu, yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir) ile mutlulukları arasındaki ilişki bu çalışmada ele alınmıştır.

Çalışma sonuçları incelendiğinde; çalışanların yaka rengi ile mutlulukları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Beyaz yakalı çalışanların, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu olduğu görülmektedir. Mavi yaka çalışanlarının ücretinin düşük olması çalışma koşullarının ağır olması v.b sebepler nedeniyle mavi yakalıların daha az mutlu olduğu belirtilebilir. Benzer bir sonuç beyaz yakalı çalışanlar, pembe yakalı çalışanlara göre daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Pembe yakalı çalışanlar çoğunlukla hizmet sektöründe çalışan ve büyük çoğunluğu bayanlardan oluşmaktadır. Mesai saatlerinin uzunluğu, bayanların ev işleri ve çocuk bakımını üstlenmesi ve hem işte hem evde bu çoklu görevleri nedeniyle zorlanması, mutluluktaki farklılığın sebebi olarak açıklanabilir. Gri yakalı çalışanlar, mavi yakalı çalışanlara göre daha mutlu olduğu tespit edilmiştir. Gri yakalı çalışanlar, ustabaşı ve formen olarak görev yapanlardır. Dolayısıyla mavi yakalıların göre ücret bareminde biraz daha yukarıda yer alan ve 5-10 kişilik çalışanlardan sorumlu alt düzey yöneticilik pozisyonları nedeniyle mavi yakalıların göre daha mutlu oldukları söylenebilir. Gri yakalı çalışanlar aynı beyaz yakalı çalışanlarda olduğu gibi pembe yakalıların karşılaştırıldığında daha fazla mutludurlar. Bunun sebebi pembe yakalı çoğu çalışanın kadın olması ve kadına özel işyeri zorlukları ve hane sorumlulukları sıralanabilir. Bu çalışmada ilginç bir sonuç yaka ayrımı yapılmaksızın sadece cinsiyet ve mutluluk arasındaki ilişkiye bakıldığında kadınlar ve erkeklerin mutluluk düzeyleri arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyi ile mutluluk arasındaki ilişkiye bakıldığında, ortalamalar yönüyle eğitim düzeyi arttıkça çalışanların mutluluk düzeylerinin arttığı görülmektedir. Çalışanların eğitim düzeyi ikili karşılaştırmalara

tabi tutulduğunda bir üst eğitim düzeyinde olan grup, bir alttaki gruba göre (örneğin lisans mezunlarının ön lisans mezunlarına göre) daha mutlu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bölümde sadece bir okul bitirmeyenlerle ilköğretim, ortaokul ve lise eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Medeni durum ile mutluluk arasındaki ilişkilere bakıldığında; evli olanların; hiç evlenmeyenlere, boşananlara ve eşi ölenlere kıyasla her 3 koşulda da daha mutlu olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre evlilik ve hane düzeni diğer durumlara göre hayatta mutluluk sebebi olduğu söylenebilir. Diğer taraftan hiç evlenmeyenler ile eşi ölenler ve boşananlar arasında karşılıklı olarak mutluluk düzeylerinde farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Çalışanların yaş aralığı ile mutluluk düzeyleri karşılaştırıldığında en mutsuz kesimin 15-24 yaş aralığında olan genç kesim olduğu görülmektedir. 15-24 yaş arası çalışanlar diğer yaş aralıklarında çalışanlara göre ikili karşılaştırmalarda daha mutsuz oldukları ortaya çıkmıştır. İş yaşamında yeni ve tecrübesiz olmaları, düşük ücret almaları ve kariyerlerinin başlangıcında olmaları 15-24 yaş arası çalışanların mutsuzluklarının sebebi olabilir. Diğer taraftan 36-45 yaş aralığındaki çalışanlar 46-55 yaş aralığındaki çalışanlara göre daha mutlu oldukları görülmektedir. Diğer yaş gruplarında ise mutluluk yönüyle istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır.

Çalışanların gelirine göre mutluluk düzeyleri incelendiğinde; gelir düzeyi azaldıkça mutluluğun da azaldığı görülmektedir. İkili karşılaştırmalar sonucunda 0-3500 tl arasında geliri olan çalışan grup diğer karşılaştırılan gruplardan hep daha mutsuz olduğu görülmektedir. Benzer şekilde gelir düzeyi arttıkça mutluluk düzeyi de artmaktadır. İkili karşılaştırmalarda bir üst gelir grubunda olan çalışanlar bir alt gelir grubunda yer alan çalışanlara göre daha mutlu olduğu tespit edilmiştir. Sadece gelir aralığı 5000-7499 tl olanlar ile gelir aralığı 7500-9499 tl olanlar arasında mutluluk yönüyle farklılık tespit edilmemiştir.

Bu çalışmanın 10.319'lük yüksek bir örnekleme sahip olması nedeniyle sonuçların tüm Türkiye'yi yansıttığı söylenebilir. Çalışmanın alan yazınına katkısı değerlendirildiğinde işverenlerin, yöneticilerin liderlerin, insan kaynakları yöneticilerinin personel değerlendirme, ücret, terfi ve işe alımlarda genel olarak demografik özellikler ve çalışan mutluluğu arasındaki farklılıkları görmeleri açısından çalışmanın faydalı olduğu değerlendirilmektedir. Çalışmanın sınırlılıklarına bakıldığında ise bu çalışmada sadece mutluluk değişkeni ile çalışanların demografik özellikleri arasında ilişki kurulmuştur. Bu konuda çalışma yapmak isten araştırmacılar farklı kavramlarla birlikte konuyu ele alıp özgün çalışmalar gerçekleştirebilecekleri değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Aldrich, J. (1982) . The Earnings Replacement Rate of Old-Age Benefits in 12 Countries, 1969-80. *Social Security Bulletin*. November. 45(11):3-11.
- Altimus J.R. ve Tersine, R.J. (1973). Chronological Age and Job Satisfaction: The Young Blue Collar Worker. *Academy of Management Journal*. 19(1): 53-66.
- Ateş, M. F. – H. C. Sözen – H. O. Yeloğlu (2014), Çalışanların Eşitsizliğe Yönelik Algı ve Tepkileri: Mavi ve Beyaz Yakalı Çalışanların Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6/2 106-124.
- Champoux, J. (1978). Perceptions of work and nonwork. *Sociology of Work and Occupations*, 5(4), 402-422.
- Cook. A. H. 1972. The blue-collar worker in Japan. In: Monthly Labor Review. 95(2):91-92.
- Diener, E. (1994). “Assessing Subjective Well-Being: Progress and Opportunities”, *Social Indicators Research*, 31 (2): 103–157.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34.
- Diener, E. ve Ryan, K. (2009). “Subjective Well-Being: A General Overview”, *South African Journal of Psychology*, 39 (4): 391–406.
- Erhan, T. (2021). İşyeri mutluluğu: Bir kavram incelemesi. *OPUS– Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 5686-5712. DOI: 10.26466/opus.883377.
- Eriş, E., D., Özmen, Ö., N., T., Bayam, B., Y. (2020) Mavi-Beyaz Yaka Dönemi Bitti mi? İş Yaşamında Alternatif Yaka Renkleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Yasar University*, 15/58, 259-269.
- Hulme, R. D. ve Bevan, R. V. (1975). Harvard Business Review, March 1975, 53:104-112.
- Hutchings K., Zhu C., Cooper B.K., Zhang Y. ve Shao, S. (2009). Perceptions of The Effectiveness of Training and Development of ‘Grey-Collar’ Workers In The People’s Republic of China. *Human Resource Development International*. 12(3):279-296.
- Kangal, Ayça (2013). Mutluluk Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme ve Türk Hanehalkı için Bazı Sonuçlar, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Winter-2013 Volume:12 Issue:44.
- Muthuchidambaram. S. (1972). Commitment and Motivation of blue collar workers in India. In: *Indian Journal of Industrial Relations*. 7(4):569-587.
- Myers, G. D. ve Diener, E. (1995). “Who Is Happy?”, *Psychological Science*, 6 (1): 10–19.

Srivastava A.K.ve Sinha. M. M. (1975). Morale of the Blue-Collar Workers in Relation to Different Degrees of Job Anxiety In: *Indian Journal of Industrial Relations*. 10(3):371-378.

Williams, C.L. (1993). Doing Women's Work – Men In Nontraditional Occupations, University of Texas-Austin, USA.

“

Bölüm 22

TÜRKİYE’DE FİNANSAL GELİŞMİŞLİĞİN İHRACAT PERFORMANSINA ASİMETRİK ETKİSİ

Dilşad Tülgen ÇETİN¹

”

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, dtozturk@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9321-6991

1. Giriş

Finans sektörü, kurumlara ve bireylere finansal hizmetler sağlayan finansal kurumlar, finansal piyasalar ve finansal araçlar ile yasal ve düzenleyici çerçeveden oluşan bir sistemdir. Temel olarak finans sektörünün gelişimi, finansal sistemde ortaya çıkan “maliyetlerin” üstesinden gelme kaygısı taşımaktadır. Bilgi edinme, sözleşmeleri uygulama ve işlemleri yürütme maliyetlerini düşürmeye yönelik bu süreç, finansal sözleşmelerin, araçların ve piyasaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Finans sektörünün gelişimi, finansal araçlar, piyasalar ve araçların uygulama ve işlem maliyetlerini azaltmak için birlikte çalıştıklarında gerçekleşebilir. Güçlü bir finans sektörü aynı zamanda güçlü bir ekonominin temel göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Finansal gelişme, finansal sistemler tarafından sağlanan; tasarrufların birleştirilmesi, yatırımlara sermaye tahsisi, bu yatırımların izlenmesi, risk çeşitlendirmesi, mal ve hizmet ticareti işlevlerinin iyileştirilmesi olarak tanımlanabilir (Levine, 2005). Bu finansal işlevlerin her biri, tasarruf ve yatırım kararları ile fonların tahsis edilme verimliliğini etkilemektedir. Sonuç olarak finans, ekonomik büyümeyi belirleyen fiziksel ve beşeri sermaye birikimini ve toplam faktör verimliliğini etkilemektedir. Finansal gelişme, bilgi asimetrisini ve finansal kısıtlamaları azalttığı ve risk paylaşımını teşvik ettiği ölçüde, finansal sistemlerin şokları absorbe etme yeteneğini artırabilir; finansal hızlandırıcılar yoluyla döngülerin büyümesini azaltarak makroekonomik oynaklığı ve eşitsizliği azaltabilir (Svirydenka, 2016).

Gelişmekte olan piyasalarda finansal gelişme, ekonomik büyümeyi canlandırmak ve yoksulluğu azaltmak için özel sektörü geliştirme stratejisinin bir parçası olarak görülmektedir. Literatürde, finansal gelişimin ekonomik kalkınmada önemli bir rol oynadığını gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Aluko ve Ibrahim, 2020; De Gregorio ve Guidotti, 1995; Guru ve Yadav, 2019; Kirkpatrick, Sirageldin ve Aftab, 2000; Sehrawat ve Giri, 2018). Çalışmalar, finansal gelişimin öncelikle ticareti kolaylaştırdığını, ekonomik faaliyetlerin artmasına katkı sağlayarak ticaret dostu bir ortam oluşturduğunu, istihdam yarattığını, kamu ve özel harcamaları düzenleyerek ekonomik büyümeyi teşvik ettiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca finansal gelişme, ihracatı teşvik eden üretim faaliyetleri ve ekonomik büyüme için gerekli sermayeyi sağlayan ihracat performansına da katkı sağlamaktadır (Paudel ve Alharthi, 2021). Öte yandan büyümeye dayalı ihracat hipotezi, ekonomik büyümedeki artışın ihracatı arttırdığını ileri sürer (Çakır ve Küçükkocaoğlu, 2022).

Zaman geçtikçe, finans sektörleri dünya çapında gelişmiş ve çok yönlü hale gelmişlerdir. Bankalar finans sistemi içinde en büyük ve en önemli kurumlar olsa da, yatırım bankaları, sigorta şirketleri, yatırım

fonları, emeklilik fonları, risk sermayesi firmaları ve diğer birçok banka dışı finansal kurumlar, günümüzde finans sistemi içinde önemli roller oynamaktadır. Benzer şekilde, finansal piyasalar, bireylerin ve firmaların tasarruflarını çeşitlendirmesine izin verecek şekilde gelişmiştir ve firmalar artık geleneksel banka kredileri dışında hisse senetleri, tahviller ve para piyasaları yoluyla fon toplayabilmektedirler. Bu tür finansal kurumların ve piyasaların kümelenmesi, finansal hizmetlerin sağlanmasını kolaylaştırmaktadır. Ülkeler arasındaki finansal sistemlerin çeşitliliği, finansal gelişmişliği ölçmek için birden fazla göstergeye bakılmasını zorunlu kılmaktadır.

Finansal gelişme çok boyutlu geniş bir kavram olduğu için finansal gelişmişliği tüm boyutlarıyla yansıtan bir ölçüt bulunması güçtür. Ampirik literatürün çoğu, finansal gelişmeye iki finansal derinlik ölçüsüyle yaklaşmaktadır. Bunlar, özel kredilerin Gayrisafi Yurtiçi Hasılaya (GSYİH) oranı ve borsa kapitalizasyonunun GSYİH'ya oranıdır. Bu alandaki çoğu araştırmacı, finansal sistemin ekonomik kalkınmadaki rolünü incelemek için bu iki ölçütün varyasyonlarını kullanmaktadır.

Finansal gelişmişliğin ölçütü olarak tekli göstergelerin eksikliklerinin üstesinden gelmek için, International Monetary Fund (IMF) adına Svirydenka, (2016) tarafından geliştirilen, finansal kurumların ve finansal piyasaların derinlik, erişim ve verimlilik açısından ne kadar gelişmiş olduğunu ölçen finansal gelişmişlik endeksi (Financial Development Index- FD) oluşturulmuştur. IMF, 180'den fazla ülke için 1980'den itibaren alt endeksleriyle birlikte dokuz endeksi, yıllık frekansta yayımlamaktadır. Bu nedenle çalışmada, finansal gelişmişliğin en yeni ve kapsamlı ölçütü olan IMF'in finansal gelişmişlik endeksi kullanılmıştır.

Finansal gelişmişliğin ülkelerin ihracat performansındaki rolü, ekonomik büyümedeki rolüne kıyasla literatürde fazla incelenmemiştir. Mevcut az sayıdaki uluslararası çalışma ise finansal gelişmişlik ile ihracat performansı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır (Nguyen ve Su, 2021; Sajo ve Li, 2017; Wang, Yun ve Lee, 2012). Gelişmiş bir finans sektörü, girişimcilere yeterli işletme sermayesi, yatırım ve kredi olanakları, finansal bilgi ve yenilikçi fikirler sağlayabilir. Böylece ülkede üretim, ekonomik büyümeye katkıda bulunacak şekilde artırılabilir. Benzer şekilde finansal gelişmişlikle ihracat arasındaki bağlantı, finansal gelişimin bir parçası olan finansal entegrasyonun, daha iyi ihracat performansına yardımcı olabilecek ihracat çeşitlendirmesine önemli ölçüde katkıda bulunduğu yönündedir (Paudel ve Alharthi, 2021). Finansal gelişimin bir parçası olarak ihracat performansında etkili olan diğer bir faktör ise doğrudan yabancı yatırımlardır. Gelişmiş bir finansal sistem, yatırımcıların finansal sisteme duyduğu güveni artırarak, doğrudan yabancı yatırımlar için elverişli bir ortam sunmaktadır (Anwar ve Sun, 2011).

Finansal gelişmişliğin ihracata etkisi konusunda literatürdeki boşluğu doldurmayı hedefleyen bu çalışmanın amacı, finansal gelişmişliğin Türkiye'nin ihracat performansındaki rolünü araştırmak ve ihracat performansını iyileştirmeye yönelik öneriler sunabilmek için güvenilir bulgular elde etmektir. Bu amaca binaen, Türkiye'de finansal gelişmişliğin ihracata etkisi, ekonomik büyüme göstergesinin dahil edildiği Doğrusal Olmayan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag- NARDL) modeli yardımıyla araştırılmaktadır. Araştırmada, ihracat performansını temsilen yıllık toplam ihracat tutarı (USD) ve ekonomik büyümeyi temsilen ise kişi başı Gayrisafi Yurtiçi Hasılat (USD) kullanılmıştır. Çalışmanın zaman kısıtlılığını, endeksin hesaplanmaya başlandığı yıl olan 1980 yılından, Türkiye için yayımlanan son verinin yayımlandığı 2020 yılına kadar olan dönem oluşturmaktadır.

Yöntem seçiminde, NARDL modelinin değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli asimetrik ilişkiyi aynı anda modelleyebilmesi, negatif ve pozitif şokların etkilerini ayrı ayrı analiz edebilmesi ve az sayıdaki gözlem ile güvenilir sonuçlar üretebilmesi etkili olmuştur.

Çalışmanın literatüre temel katkısı, Türkiye'de finansal gelişmişliğin, ihracat performansına asimetrik etkisini, ekonomik büyümenin dâhil edildiği doğrusal olmayan NARDL modeli ile araştırmasıdır. Ayrıca, araştırmanın Türkiye'de finansal gelişmişliğin göstergesi olarak IMF'in finansal gelişmişlik endeksini kullanması, çalışmanın bu alandaki öncü çalışmalardan biri olmasını sağlamaktadır. Bu bakımından, çalışmanın finansal gelişmişlik ve ihracat konusundaki literatüre ve gelecekte yapılacak çalışmalara katkı sağlaması hedeflenmektedir.

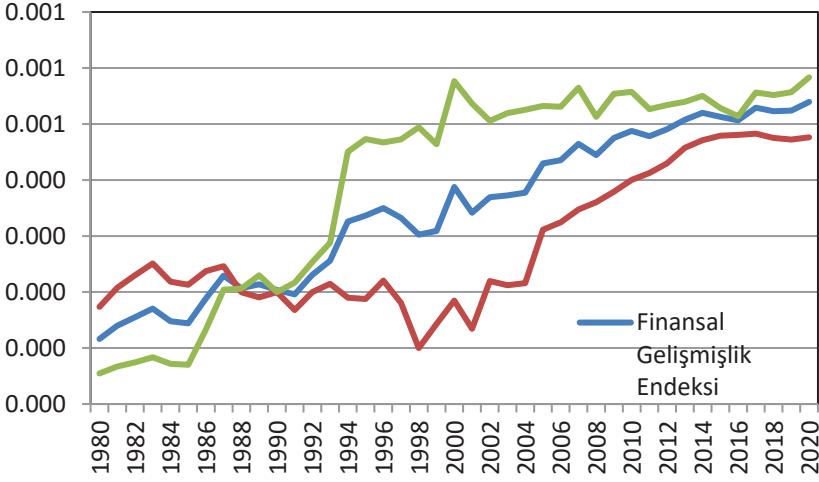
Çalışma, giriş bölümü ile birlikte altı bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde Türkiye'nin finansal gelişmişliği ve ihracat performansı değerlendirilmekte, üçüncü bölümde finansal gelişmişlik-ihracat ilişkisi ile finansal gelişmişlik-büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalara yer verilmekte, dördüncü bölümde NARDL modeli ve veri seti hakkında bilgi verilmekte, beşinci bölümde bulgular paylaşılmakta ve son olarak altıncı bölümde sonuç ve öneriler paylaşılmaktadır.

2. Türkiye'nin Finansal Gelişmişliği ve İhracat Performansı

Finans sektörünün ekonomik büyüme, yoksulluğun azaltılması, istikrar ve refah üzerindeki etkisini anlamak için finansal gelişimi, mümkün olduğunca kapsamlı, tutarlı ve detaylı bir şekilde ölçmek oldukça önemlidir. Ancak finans sektöründe yer alan kurumların, piyasaların, araçların çeşitliliği ve sektörün tüm ekonomiye sirayet eden etki alanının genişliği, genel geçer bir ölçüt oluşturma konusunda zorluk yaratmaktadır. Bu nedenle, araştırmacılar finansal gelişmişliği temsil etmek üzere farklı ölçütler kullanmışlardır. Özellikle finansal gelişmişliğin ekonomik büyümeyle ilişkisine dair bulunan geniş literatür, finansal kuruluşların

varlıklarının GSYİH'ya oranı, likit yükümlülüklerin GSYİH'ya oranı ve mevduatın GSYİH'ya oranı gibi ölçütleri kullanmıştır. Son yıllarda yapılan güncel çalışmalar ise finansal gelişmişliği ölçmek için bu ölçütlere ilave olarak, makroekonomik faktörlere, kurumsal ve politik faktörlere odaklanmıştır. Ancak bu ölçütler finansal gelişmişliği tüm boyutları ile ölçmekten uzaktır.

Dünya Bankası, Küresel Finansal Gelişmişlik raporunda, finansal gelişmişliğin ölçülebilmesi için iki boyutlu ve her bir boyutta dörder alt boyutların olduğu (2x4) toplam 108 indikatörden oluşan bir çerçeve geliştirmiştir. “*Dünya Bankası Küresel Finansal Gelişme Veri Tabanı*” olarak adlandırılan çerçevede, iyi işleyen bir finansal sistemi karakterize eden değişken grubu tanımlanmıştır. Bunlar temel olarak; finansal derinlik, erişim, verimlilik ve istikrardır. Bu dört boyut daha sonra finans sektöründeki iki ana bileşen, yani finansal kurumlar ve finansal piyasalar için ölçülmektedir. Ancak indikatör sayısının fazlalığı bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için uygulamayı zorlaştırmaktadır (World Bank, 2019). IMF adına Svirydzenska, (2016) tarafından geliştirilen finansal gelişmişlik endeksinde ise finans sektörünün ana bileşenleri olan finansal kurumlar ve finansal piyasalar için üç alt boyut tanımlanmıştır. Bunlar; finansal derinlik, erişim ve verimliliktir. Endeksin en önemli avantajı, yüzlerce indikatör yerine tek bir değer ile tüm değişkenleri temsil etme gücüdür. Şekil 1’de 1980-2020 dönemi için Türkiye’nin IMF finansal gelişmişlik endeksi ve ana bileşenlerin endeks değerleri grafik ile gösterilmektedir.

Şekil 1: Türkiye Finansal Gelişmişlik Endeksi (1980-2020)

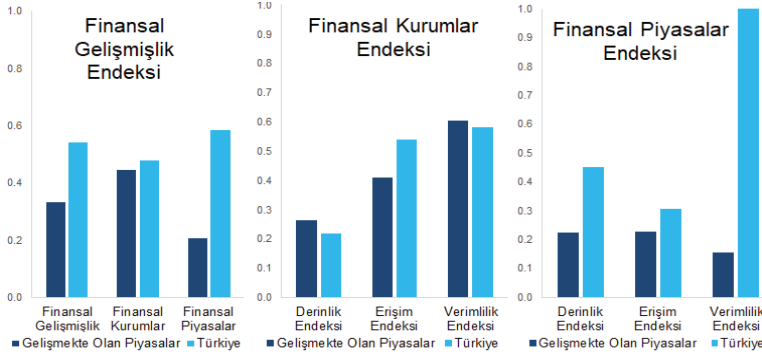
Kaynak: IMF, (2022). Financial Development Index Database. *International Monetary Fund*.

Şekil 1 incelendiğinde 1994 krizi, 2001 ekonomik krizi, 2008 küresel ekonomik krizin etkileri görülebilmektedir. 2001 yılında yaşanan kriz, özellikle bankacılık sektörünü derinden etkilemiş ve 24 bankanın iflas etmesine neden olmuştur. Kriz sonrası bankacılık sisteminin güçlendirilmesi için önemli adımlar atılmıştır.

Türkiye’de 1980-1990 yılları, finans sektöründe dışa açılma ve serbestleşme politikalarıyla paralel olarak önemli yapısal gelişmelerin yaşandığı yıllar olarak kabul edilmektedir. Özellikle yabancı bankaların kurulması, Türk bankalarının yurtdışı faaliyetlerine başlaması ve serbest faiz politikasının uygulanması bu dönemde atılan önemli adımlardır (Uluyol, 2019). 1980’li yıllarda yaşanan önemli olaylardan biri de Bankerler krizidir. 1986 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının kurulması ise sermaye piyasaları adına önemli bir gelişmedir. 1989 yılında Takas ve Saklama Merkezinin kurulması menkul kıymetler alım satım piyasasına katkı sağlamıştır. 1990’lar bankaların ağırlıklı olarak kamuya finansman sağlamaları nedeniyle yüksek kârlar elde ettikleri, bireysel bankacılığın, telefon ve internet bankacılığının başladığı yıllardır. 1991 yılında tahvil ve bono piyasasının kurulması ile borçlanma araçları çeşitlendirilmiştir (BIST, 2022).

Şekil 2’de Türkiye’nin 2020 yılı finansal gelişmişlik endeksi ile gelişmekte olan piyasaların endeks değerleri karşılaştırılmalı olarak sunulmaktadır.

Şekil 2: Gelişmekte Olan Piyasalar ve Türkiye Finansal Gelişmişlik Endeksi (2020)

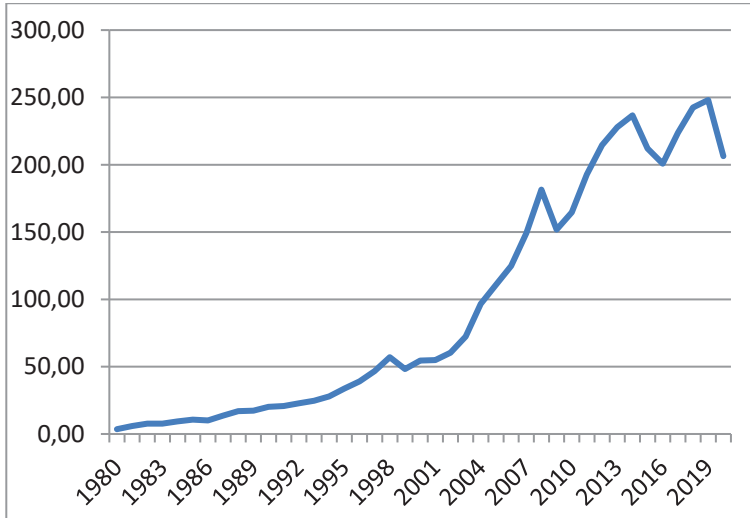


Kaynak: IMF, (2022). Financial Development Index Database. *International Monetary Fund.*

Şekil 2 incelendiğinde, finansal kurumlar verimlilik endeksi dışında diğer tüm finansal gelişmişlik endekslerinde Türkiye'nin gelişmekte olan piyasaların ortalamasından daha yüksek gelişmişlik düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Finansal piyasaların verimlilik endeksinde ise çarpıcı bir şekilde üstün olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin 1980-2020 yıllarına ilişkin ihracat performansı, Amerikan doları cinsinden yıllık toplam ihracat tutarı ile temsil edilmekte ve Şekil 3'te sunulmaktadır.

Şekil 3: Türkiye Toplam İhracatı- Milyar USD (1980-2020)



Kaynak: World Bank, (2022). Exports of goods and services data.

Şekil 3'te Türkiye'nin ihracat performansının, ekonomik krizlerden önce ciddi oranda düştüğü ancak kriz dönemlerinde krizin yol açtığı artan kur etkisiyle tekrar artış kaydettiği görülmektedir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra Türkiye'de ciddi bir ihracat atılımının yapıldığı ve uzun vadede ihracatın istikrarlı bir şekilde artış eğiliminde olduğu görülmektedir.

3. Literatür Taraması

Finansal gelişme ile ihracat artışı arasındaki ilişki üç nedenden dolayı dikkat çekicidir. Birincisi, finansal gelişme düzeyinin ticaret dengesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olması, finansal gelişimin ekonomik büyümeyi artırmadaki önemini vurgulamaktadır. İkincisi, finansal gelişme ile uluslararası ticaret arasındaki ilişki, ticaret akışlarının bir ekonominin sahip olduğu emek, fiziki sermaye ve toprağa bağlı olmasıyla ilgilidir. Üçüncüsü, finansal gelişmişliği düşük ülkeler, daha yüksek faiz oranları ile karşı karşıya oldukları için yüksek finansman gerektirmesi nedeniyle ileri teknoloji gerektiren karmaşık ürünleri üretmekten kaçınmaktadır (Shetewy, Shahin, Omri ve Dai, 2022).

Literatürde, finansal gelişme-ihracat ilişkisini araştıran sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Kumarasamy ve Singh, (2018) Asya-Pasifik ülkelerinde, finansa erişimin ve finansal gelişimin, firmaların ihracat yapma kabiliyetini geliştirmede önemli bir rol oynadığını ve firmaların ihracat pazarına girişini teşvik ettiğini tespit etmişlerdir. Çalışmada kullanılan finansal gelişmişlik göstergeleri arasında bankacılık sektörüne erişim değişkeni ön plana çıkmaktadır. Pradhan ve Hiremath, (2020), Hindistan'da 2000-2014 döneminde dış ticari borçlanma ve düşük finansal gelişme varlığında para biriminin değer kaybının ihracata etkisini ARDL modeli ile araştırmışlardır. Finansal gelişme göstergesi olarak ticari kredilerinin kullanıldığı çalışmada bulgular, finansal gelişme düzeyinin ihracata olumlu etkisi olduğunu, ancak yerel para birimi değer kaybederken ek kredi kullanılabilirliğinin ihracat üzerindeki etkilerinin azaldığını göstermektedir.

Coban, (2015) 1991-2012 döneminde Türkiye'de imalat sektöründeki firmaların finansal gelişme ile ihracat performansı arasındaki nedensellik ilişkisini incelediği çalışmasında bankacılık sektörü ve hisse senedi piyasası için finansal gelişmişlik endeksleri oluşturmuştur. Bulgular, hisse senedi piyasasının gelişiminin ihracat performansını olumlu etkilediğini, buna karşın bankacılık sektörünün gelişimi ile ihracat performansı arasındaki nedenselliğin yönünün gruplara göre farklılık gösterebildiğini göstermektedir.

Shetewy, Shahin, Omri ve Dai, (2022) 2000-2018 döneminde Çin'in 30 eyaletinde Panel Düzeltilmiş Standart Hata (PCSE) tahmin yöntemini ve Gauss Sürecini kullanarak finansal gelişme ve internet kullanımının ihracata etkisini araştırmışlardır. Finansal gelişmişliği temsilen yurt içi kredilerin GSYH'ye oranının kullanıldığı çalışmanın bulgularına göre, finansal gelişmenin ihracat üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. Benzer şekilde Paudel ve Alharthi, (2021) de 1980-2017 dönemi için Nepal'de finansal gelişmenin ihracata etkisini ARDL modeli ile araştırmışlardır. Finansal gelişme ölçütü olarak, IMF finansal gelişmişlik endeksinin kullanıldığı çalışmada, finansal gelişmenin ihracat performansı ile uzun dönemde güçlü bir ilişkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Xinzhong, (2021) ise 1985-2016 dönemi için Çin'in Jiangsu eyaletinde finansal gelişme ile ihracat arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, finansal gelişmenin ihracatı etkilemediğini tespit etmiştir. Araştırmacı, bunun nedenini, eyaletteki finansal gelişim ile ihracat stratejisi arasındaki koordinasyon eksikliğine ve Çin'in pek çok eyaletinde finansal gelişmişliğin düşük düzeyde olmasına bağlamaktadır.

Finansal gelişme ile ihracat ilişkisini araştıran sınırlı sayıdaki çalışmaya karşın literatür, finansal gelişmenin ekonomik büyümeyle ilişkisini analiz eden çok sayıda çalışma içermektedir. Çalışmalar, uygun finansal sistemler yoluyla sağlanan finansal gelişmişliğin, sermaye birikimini kolaylaştırdığını, mal ve hizmet alışverişini geliştirdiğini, tasarrufları harekete geçirdiğini ve büyümeye neden olurken kredi kullanılabilirliğini artırdığını kanıtlamaktadır.

Odugbesan, Sunday ve Olowu, (2021), 1980-2019 döneminde MINT ülkelerinde (Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye) finansal gelişme ve yurtdışında yaşayan vatandaşların ülkeye gönderdikleri havaalelerin, ekonomik büyüme üzerindeki asimetrik etkisini panel ARDL ve NARDL modelleriyle araştırmışlardır. Araştırmada finansal gelişmeyi temsil etmek üzere IMF finansal gelişmişlik endeksini kullandıkları çalışmanın bulguları, finansal gelişmedeki pozitif ve negatif şokların ekonomik büyümeyi artırdığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Chen, Hongo, Ssali, Nyaranga ve Nderitu, (2020), 1972-2017 döneminde Kenya'da finansal gelişmişliğin ekonomik büyüme üzerindeki asimetrik etkilerini, enflasyon ve hükümet harcama asimetrikleriyle zenginleştirilmiş bir NARDL modeli kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada, finansal gelişme göstergesi olarak, Dünya bankası tarafından yayımlanan finansal gelişmişlik ve derinlik göstergelerinin (geniş para/GSYİH, reel faiz oranı, GSYİH başına özel sektöre yerel kredi ve ticaret açıklığı) kullanılmıştır. Bulgular, finansal gelişmede kısa dönemde pozitif şokların ekonomik büyümeyi artırdığını ve uzun dönemde ise negatif şokların ekonomik büyümeyi azalttığını ortaya koymaktadır. Sonuçlar, istikrarlı ve sürdürülebilir enflasyonun yönlendirdiği bir ortamda, düzenlenmiş devlet

harcamalarının ve kapsamlı finansal sistemin derinleştirilmesinin ekonomik büyümeye olumlu katkı sağlayacağını ortaya koymaktadır. Farouq, Sulong, Ahmad, Jakada ve Sambo, (2020) Nijerya'da 1970-2018 döneminde doğrudan yabancı yatırım ve ekonomik büyümenin finansal gelişmişlik üzerindeki etkileşimli rolünü analiz etmektedir. Çalışmada, Gregory ve Hansen'in eş bütünleşme testleri, esneklik tahmincisi olarak NARDL ve nedensellik ilişki için Diks ve Panchenko modelleri kullanılmıştır. Bulgular, ekonomik büyüme ile finansal gelişme arasında tek yönlü doğrusal olmayan bir nedenselliğin varlığına ve ekonomik büyümede finansal gelişmeye ilişkin asimetrik kanıtları doğrulamaktadır. Ayrıca doğrudan yabancı yatırım ile finansal gelişme arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu nedenle, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımın finansal gelişme üzerinde genel olarak pozitif ve önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Ulusal literatürde ise finansal gelişme ile ekonomik büyüme (Alasgarlı ve Sekmen, 2021; Aydın, 2019; Eyüboğlu ve Kadir, 2020; Güzel ve İhsan, 2021; Mike ve Alper, 2021), enerji tüketimi (Çetin, 2018; Fahrettin ve Barut, 2021; Korkmaz, 2018; Kurt, 2019), doğrudan yabancı yatırımlar (Felek, Yayla ve Çağlar, 2018; Kılınç, 2020; Öztürk ve Bayar, 2021) ve ticari açıklık (Atgür, 2019; Kuşçuoğlu ve Yılmaz, 2020; Pata, 2020) arasındaki ilişkiyi araştıran sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Güzel ve İhsan, (2021) Türkiye'de 1970-2015 dönemi için ekonomik büyüme ile finansal gelişme ilişkisini Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri araştırdıkları çalışmalarında, modele finansal gelişme dışında ticari açıklık ile alternatif ve nükleer enerji tüketimi değişkenlerini de dâhil etmişlerdir. Finansal gelişmişlik göstergesi olarak bankalar tarafından özel sektöre verilen yurtiçi kredilerin GSYİH'ya oranını kullanmışlardır. Bulgular, finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin varlığını kanıtlamaktadır. Bölükoğlu, (2021) 1995-2018 dönemi için OPEC üyesi olmayan 100 ülke üzerinde finansal gelişme ile ekonomik arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi, IMF finansal gelişmişlik endeksini kullanarak araştırmıştır. Bulgular, finansal gelişmişlik ile ekonomik büyüme ilişkisinin finansal gelişmenin düşük olduğu düzeylerde pozitif ve anlamlı olduğunu, ancak finansal gelişimin yüksek olduğu düzeylerde anlamsız olduğunu ifade etmektedir.

Literatürde finansal gelişmişliğin ölçütü olarak, çok sayıda farklı göstergenin kullanıldığı görülmektedir. Literatürde özel sektör kredilerinin GSYİH'ya oranı ile borsa kapitalizasyonunun GSYİH'ya oranını (Korgaonkar, 2012; Murari, 2017), M2'nin GSYİH'ya oranını (Al-Malkawi, Marshdeh ve Abdullah, 2012; Musamali, Nyamongo ve Moyi, 2014), geniş para/GSYİH, reel faiz oranı, GSYİH başına özel sektöre yerel kredi ve ticaret açıklığını (Chen ve diğerleri, 2020; Samanhya, Donbesuur ve Owusu-Ansah, 2014) kullanan pek çok çalışma bulunmaktadır. Son

yıllarda, finansal gelişmişliğin ölçütü olarak IMF tarafından yayımlanan ve Svirydenka, (2016)'nın geliştirdiği finansal gelişmişlik endeksini kullanan çalışmaların sayısı ise hızla artmaktadır (Iorember, Goshit ve Dabwor, 2020; Islam, Khan, Popp, Sroka ve Oláh, 2020; Nguyen ve Lee, 2021; Nguyen, Schinckus ve Su, 2020).

4. Yöntem

Çalışma, 1980-2020 yılları arasında Türkiye’de finansal gelişmişlik düzeyinin ihracata etkisini Doğrusal Olmayan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag - NARDL) Modeli ile araştırmayı amaçlamaktadır. Modelin bağımlı değişkeni yıllık toplam ihracat tutarı (USD), bağımsız değişkenleri ise finansal gelişmişlik endeksi (IMF) ve kişi başı GSYİH (USD) verileridir.

Araştırmada, Nepal’de finansal gelişmişliğin ihracata etkisini araştıran Paudel ve Alharthi, (2021)’ın çalışmalarına benzer bir metodoloji uygulanmıştır. Ancak bu çalışma, bazı önemli farklılıklar içermektedir. Öncelikle tasarlanan modelde kullanılan veriler farklıdır. Paudel ve Alharthi, (2021) kurdukları modelde, çalışabilir nüfus sayısını, net yabancı yatırımları ve finansal gelişmişliğin alt endekslerini de kullanırken, bu çalışmada özellikle finansal gelişmişliğin (FD) ihracata etkisine odaklanılmak istendiğinden, bağımsız değişken olarak FD verisinin yanı sıra modele sadece ekonomik büyüme etkisini yansıtmak amacıyla kişi başı GSYİH verisi dâhil edilmiştir. Çalışmada ekonomik gelişmişlik ile ihracat arasındaki ilişki modellenirken Coban, (2015)’nın çalışmasından da yararlanılmıştır. Ancak Çoban, panel veri analizi yöntemini kullandığı çalışmada, finansal gelişmişliğin ölçütü olarak bankacılık sektörüne ait beş değişken ile hisse senedi piyasası için dört ayrı değişken kullanmış ve finansal gelişmenin ihracata etkisini firma düzeyinde araştırmıştır. Bu çalışmada ise zaman serisi analizi yapılmakta ve finansal gelişmişlik tek bir endeks değeri ile temsil edilmektedir.

4.1. Veri Seti

Çalışmada, finansal gelişmişliğin ihracata etkisini araştırılırken özellikle finansal gelişmişliğin ölçütü olarak IMF adına Svirydenka, (2016) tarafından geliştirilen finansal gelişmişlik endeksi test edilmek istenmektedir. Finansal gelişmişlik endeksi, finansal gelişmişliğin ölçütü olarak kullanılan 20 ayrı göstergiyi tek bir endeks değerine indirgemekte, böylece finans alanında analiz yapmak isteyen araştırmacılar için etkili bir endeks sunmaktadır. Endeks, finansal kurumlar ve finansal piyasalar alt endeksleri altında derinlik, erişim ve verimlilik alt kategorileri dâhil toplam dokuz farklı endeksi listelemektedir. Endeks kapsamına dâhil edilen göstergeler ve ait oldukları kategoriler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1: Finansal Gelişmişlik Endeksinde Yer Alan Göstergeler

Kategori	Gösterge	Kategori	Gösterge
Finansal Kurumlar		Finansal Piyasalar	
Derinlik	Özel sektör kredilerinin GSYİH'ya oranı Emeklilik fonlarının GSYİH'ya oranı Yatırım fonlarının GSYİH'ya oranı Sigorta primlerinin GSYİH'ya oranı	Derinlik	Borsa kapitalizasyonunun GSYİH'ya oranı İşlem gören hisse senetlerinin GSYİH'ya oranı Kamu uluslararası borçlanma senetlerinin GSYİH'ya oranı Finansal kuruluşların toplam borçlanma senetlerinin GSYİH'ya oranı Finansal olmayan kuruluşların toplam borçlanma senetlerinin GSYİH'ya oranı
Erişim	100.000 kişi başına banka şube sayısı 100.000 kişi başına ATM sayısı		
Verimlilik	Net faiz marjı Kredi-mevduat spreadi Faiz dışı gelirlerin toplam gelire oranı Genel giderlerin toplam varlıklara oranı Varlık getirisi Özkaynak kârlılığı	Erişim	En büyük 10 şirketin dışındaki piyasa kapitalizasyon yüzdesi Borç ihraç edenlerin toplam sayısı (yerli ve dış, finansal olmayan ve finansal kuruluşlar)
		Verimlilik	Hisse senedi piyasası devir oranı (işlem gören hisse senetlerinin kapitalizasyona oranı)

Kaynak: Svirydenka, (2016). Introducing a new broad-based index of financial development. International Monetary Fund.

Literatürdeki pek çok çalışma finansal gelişmişlik ile ekonomik büyüme arasındaki bağlantıyı ve aynı zamanda ekonomik büyüme ihracat ilişkisini ampirik olarak kanıtlamaktadır. Bu nedenle kurulan modelde bağımsız değişken olarak finansal gelişmişlik endeksi ile birlikte ekonomik büyüme göstergesinin kullanılması uygun bulunmuştur. Paudel ve Alharthi, (2021)'nin çalışmalarına benzer şekilde, ekonomik büyüme göstergesi olarak kişi başı GSYİH (USD), ihracat göstergesi olarak ise yıllık toplam ihracat tutarı (USD) kullanılmıştır.

Çalışmanın zaman kısıtlılığını, finansal gelişmişlik endeksinin hesaplanmaya başlandığı yıl olan 1980 yılından, Türkiye için yayımlanan son verinin yayımlandığı 2020 yılına kadar olan dönem oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan veriler yıllık frekansta olup, doğal logaritmaları alınmıştır. Tablo 2'de analizde kullanılan verilere ve temin edildikleri kaynaklara ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2: Veri Setine Ait Bilgiler

	Kısaltma	Veri Adı	Veri Dönemi	Veri Kaynağı
Bağımlı Değişken	EXPO		1980-2020	World Bank
	RT	Toplam İhracat Tutarı (USD)	(n=41)	
Bağımsız Değişkenler	FD	Finansal Gelişmişlik Endeksi	1980-2020	IMF
	GDPP	Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi	(n=41)	
	C	Hasılat (USD)	1980-2020	World Bank
			(n=41)	

4.2. Doğrusal Olmayan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model (NARDL)

Araştırmada Shin, Yu ve Greenwood-Nimmo, (2014) tarafından geliştirilen Doğrusal Olmayan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag - NARDL) modeli kullanılmıştır. NARDL modeli, Pesaran, Shin ve Smith, (2001) tarafından geliştirilen Doğrusal Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Autoregressive Distributed Lag - ARDL) modelinin doğrusal olmayan ve asimetrik ilişkileri dikkate alan bir uzantısıdır. NARDL modeli sadece değişkenler arasındaki gizli eşbütünleşme ilişkisini tespit etmekle kalmayıp, aynı zamanda bağımsız değişkenlerin kısmi toplamlarını ayırıştırarak bağımsız değişkenlerin pozitif ve negatif değişimlerinin bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini de analiz edebilmektedir.

NARDL modeli, değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli asimetrik veya doğrusal olmayan ilişkiyi aynı anda inceleyebildiği için çalışmada tercih edilmiştir. Ayrıca, negatif ve pozitif şokların etkilerini ayrı ayrı analiz edebilmesi, modeli diğer eşbütünleşme testlerine göre üstün kılmaktadır. NARDL modelinde oluşturulan asimetrik eşbütünleşme regresyonu şu şekilde formülize edilmektedir (Shin ve diğerleri, 2014):

$$y_t = \beta^+ X_t^+ + \beta^- X_t^- + u_t \quad \text{ve} \quad \Delta X_t = u_t \quad (1)$$

Denklem 1’de β^+ ve β^- uzun dönem parametreleridir. X_t kx1 vektörü olarak tanımlanmakta ve şu şekilde ayrıştırılmaktadır:

$$X_t = X_0 + X_t^+ + X_t^- \quad (2)$$

X_t ’de meydana gelen pozitif ve negatif değişimlerin kısmi toplamları süreçleri şu şekildedir:

$$X_t^+ = \sum_{j=1}^t \Delta X_j^+ = \sum_{j=1}^t \max(\Delta X_j^+, 0) \quad \text{ve} \quad X_t^- = \sum_{j=1}^t \Delta X_j^- = \min(\Delta X_j^-, 0) \quad (3)$$

NARDL (p,q) modeli ise şu şekilde formülize edilmektedir:

$$y_t = \sum_{j=1}^p \phi_j y_{t-j} + \sum_{j=0}^q (\phi_j^+ X_{t-j}^+ + \phi_j^- X_{t-j}^-) + \varepsilon_t \quad (4)$$

(j=1,2,3,...,p)

Denklem 4'te ϕ_j otoregresif parametreyi, ϕ_j^+ ve ϕ_j^- ise asimetrik dağılmış gecikme parametrelerini ifade etmektedir. Bu durumda, Denklem 4'e uygun olarak araştırmada kullanılacak model şu şekildedir:

$$\begin{aligned} \Delta \ln EXPORT_t &= \sum_{j=1}^{41} \phi_j \Delta \ln EXPORT_{t-j} + \\ &\sum_{j=0}^{41} (\phi_j^+ \Delta \ln FD_{t-j}^+ + \phi_j^- \Delta \ln FD_{t-j}^-) + \\ &\sum_{j=0}^{41} (\phi_j^+ \Delta \ln GDPPC_{t-j}^+ + \phi_j^- \Delta \ln GDPPC_{t-j}^-) + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (5)$$

NARDL modelinin uygulamasında öncelikle değişkenlerin durağanlık derecelerini belirlemek için birim kök testi yapılmaktadır. Eğer değişkenler I(2) değilse model için en uygun gecikme uzunluğu belirlenerek, eşbütünleşme ve sınır testleri yapılmaktadır. Sınır testi bulgularına göre F ve Wald istatistik değeri kritik değerden büyük ise H_0 hipotezi reddedilerek, değişkenler arasında uzun dönemli asimetrik ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Çelik ve diğerleri, 2021).

5. Bulgular

Değişkenlerin durağanlık derecelerinin belirlenebilmesi için Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3: PP ve ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	PP (Sabitli ve Trendli)		ADF (Sabitli ve Trendli)		Durağanlık
	Düzyey	Birinci Fark	Düzyey	Birinci Fark	
EXPORT	-1.6269	-6.3907***	-1.5542	-6.3161***	I(1)
FD	-2.5449	-16.1682***	-2.7283	-6.3393***	I(1)
GDPPC	-1.8212	-6.1458***	-1.4492	-6.1463***	I(1)

*** %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 3'te yer alan PP ve ADF testlerinin her ikisinde de sabitli ve trendli birim kök test sonuçlarına göre, tüm değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde birinci farklarında I(1) durağandır. Değişkenlerin durağanlık dereceleri, NARDL modelinin uygulanması açısından uygundur.

Çalışmada kullanılan veriler yayımlanma sıklığı nedeniyle yıllık frekansta kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki birim farklarının giderilebilmesi amacıyla tüm değişkenlerin doğal logaritmaları alınmıştır. Modelde LNEXPORT (ihracat) bağımlı değişken, LNFD (finansal gelişmişlik endeksi) ve LNGDPPC (kişi başı GSYİH) ise bağımsız değişkenlerdir.

Modelde gecikme uzunluğu belirlenirken Schwarz bilgi kriterinden yararlanılmış ve maksimum gecikme uzunluğu 4 olarak belirlenmiştir. 4 gecikme uzunluğu için NARDL eşbütünleşme testi yapılmış ve en uygun modelin ARDL(2, 2, 1, 2, 3) olduğu gözlemlenmiştir. Kurulan model “kısıtlı sabit ve trend yoktur” (Case 2: Restricted constant and no trend) parametresi için oluşturulmuş ve model seçiminde Schwarz bilgi kriteri (SC) kullanılmıştır. NARDL modeli tahmin sonuçları Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4: NARDL Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık
C	28.4420***	3.5423	8.0292	0.0000
LNEXPORT(-1)	-1.2514***	0.1556	-8.0430	0.0000
LNFD ⁺ (-1)	1.0646***	0.1517	7.0180	0.0000
LNFD ⁻ (-1)	0.6853**	0.2758	2.4852	0.0210
LNGDPPC ⁺ (-1)	0.7643***	0.1179	6.4839	0.0000
LNGDPPC ⁻ (-1)	0.0379	0.1097	0.3452	0.7332
ΔLNEXPORT(-1)	0.2976**	0.1170	2.5437	0.0185
ΔLNFD ⁺	0.1689	0.1816	0.9301	0.3624
ΔLNFD ⁺ (-1)	-0.4472**	0.1878	-2.3805	0.0264
ΔLNFD ⁻	0.0434	0.3971	0.1094	0.9139
ΔLNGDPPC ⁺	0.4734***	0.1239	3.8216	0.0009
ΔLNGDPPC ⁺ (-1)	-0.3000**	0.1268	-2.3664	0.0272
ΔLNGDPPC ⁻	0.3263**	0.1544	2.1141	0.0461
ΔLNGDPPC ⁻ (-1)	0.4405**	0.1636	2.6917	0.0133
ΔLNGDPPC ⁻ (-2)	0.4151***	0.1458	2.8471	0.0094
R ²	0.9986		Düzeltilmiş R ²	0.9977
F-istatistiği	1104.746 (0.000)		Durbin-Watson	2.382534

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

NARDL analiz sonuçları üzerinde, değişkenler arasında uzun dönemli asimetrik ilişki olup olmadığını belirlemek için Sınır Testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5: Sınır Test Sonuçları

F-Sınır Testi		Kritik Değerler		Sonuç
		I(0)	I(1)	
F-istatistiği	11.6852	10%	2.460	Eşbütünleşme ilişkisi var.
k	4	5%	2.947	
		1%	4.093	
			5.532	

Tablo 5’te hesaplanan F-istatistiği değeri 11,68519 olup, bu değer Pesaran ve diğerleri, (2001)’nin çalışmalarında yer alan I(0) ve I(1) kritik değerlerinin üzerinde yer almaktadır. Böylece “H₀:Eşbütünleşme ilişkisi yoktur” hipotezi reddedilmiş olup, finansal gelişmişlik ve kişi başı GSYİH ile toplam ihracat arasında istatistiki olarak anlamlı bir eşbütünleşme ilişkisinin varlığı kanıtlanmıştır.

Değişkenler arasında eşbütünlüşme ilişkisinin varlığı tespit edildikten sonra, modelin dirençli olup olmadığını belirlemek üzere, modelde elde edilen hatalar için otokorelasyon, değişen varyans ve serilerin normallik testleri yapılmıştır. Bulgular Tablo 6’da paylaşılmıştır.

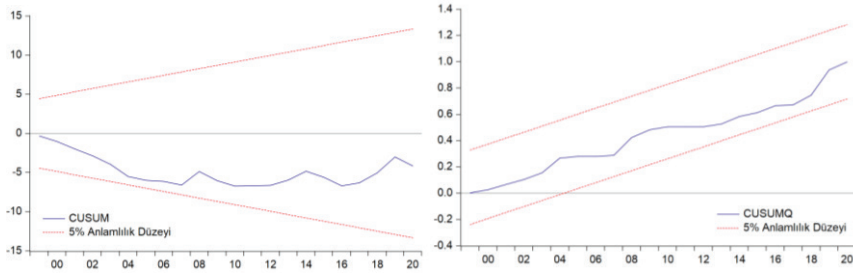
Tablo 6: Model Ait Değişen Varyans, Otokorelasyon ve Normallik Test Sonuçları

	F-istatistiği	Olasılık	Sonuç
ARCH Testi	0.6158	0.4380	Değişen varyans yok.
Breusch-Pagan-Godfrey Testi	0.7680	0.6901	Değişen varyans yok.
Breusch-Godfrey LM Testi	1.8475	0.1835	Otokorelasyon yok.
Jarque-Bera Testi	2.4161	0.2987	Normal Dağılım

Tablo 6’da yer alan ARCH ve Breusch-Pagan-Godfrey test sonuçlarına göre, modelde değişen varyans sorunu yoktur. Breusch-Godfrey LM test sonuçları modelin hataları arasında otokorelasyon sorunu olmadığını ortaya koymaktadır. Jarque-Bera normallik testlerine göre, seriler normal dağılıma sahiptir. Bulgulara dayanarak modelin dirençli ve istikrarlı bir model olduğu söylenebilir.

Modelin hata terimlerinin %5 anlamlılık düzeyinde kritik sınırlar içinde olup olmadığını tespit etmek için Cusum ve hata kareleri için benzer sınamanın yapıldığı CusumQ test grafikleri Şekil 4’te sunulmaktadır.

Şekil 4: Cusum ve CusumQ Grafikleri



Şekil 4’te yer alan grafiklerde modelin hata terimlerinin %5 anlamlılık düzeyinde kritik sınırlar içinde yer aldığı görülmektedir. Bulgular, modelin istatistiki olarak anlamlı ve istikrarlı olduğunu desteklemektedir.

NARDL modeli, değişkenler arasında hem kısa dönemli ilişkiyi hem de uzun dönemli ilişkiyi modelleyebilmektedir. Bu özelliği modelin finans araştırmalarında yaygın bir şekilde kullanılmasına neden olmaktadır. Araştırmada, değişkenler arasında kısa dönem ve uzun dönemli asimetrik ilişki olup olmadığının belirlenebilmesi için Wald testi uygulanmıştır. Bulgular, Tablo 7’de paylaşılmaktadır.

Tablo 7: Wald Testi Sonuçları

Değişkenler	t-istatistiği	F-istatistiği	Ki-Kare	Sonuç
FD (Uzun Dönem)	3.0089 (0.0052)	9.0537(0.00 52)	9.0537 (0.0026)	Uzun dönem asimetrik ilişki var.
GDPPC (Uzun Dönem)	4.7499 (0.0000)	22.5612 (0.0000)	22.5612 (0.0000)	Uzun dönem asimetrik ilişki var.
GDPPC (Kısa Dönem)	0.3743 (0.7107)	0.1401 (0.7107)	0.1401 (0.7081)	Kısa dönem simetrik ilişki var.

Wald testi sonuçlarına göre; finansal gelişmişlik ile ihracat arasında uzun dönem asimetrik ilişki bulunmaktadır ancak kısa dönemde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Kişi başı GSYİH ile ihracat arasında uzun dönemli asimetrik ilişki ve kısa dönemde ise simetrik ilişki bulunmaktadır.

Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin uzun dönemde bağımlı değişken üzerinde yaratacağı etkiyi ifade eden uzun dönem asimetrik katsayıları ve test istatistikleri Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8: NARDL Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Uzun Dönem Katsayılar	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık
FD ⁺	0.8508	0.0901	9.4473	0.0000
FD ⁻	0.5477	0.2228	2.4586	0.0223
GDPPC ⁺	0.6108	0.0487	12.5356	0.0000
GDPPC ⁻	0.0303	0.0874	0.3461	0.7325

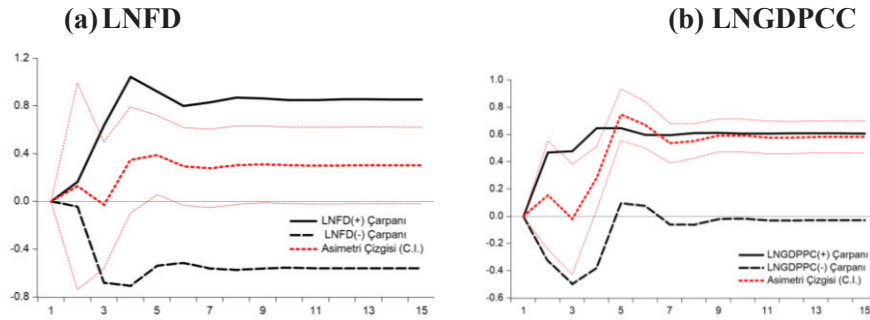
Tablo 8’e göre, uzun dönemde finansal gelişmişlik endeksindeki %1’lik artış, toplam ihracatın %0,85 oranında artmasına, %1’lik azalış toplam ihracatın %0,55 oranında azalmasına yol açmaktadır. Uzun dönemde finansal gelişmişlikteki artışların ihracat üzerinde yarattığı etki, azalışların yarattığı etkiden katsayı olarak 0,3031 (%30,31) daha büyüktür. Uzun dönemde kişi başı GSYİH’da meydana gelen %1’lik artış toplam ihracatın %0,61 oranında artmasına yol açmaktadır. Bununla birlikte kişi başı GSYİH’da meydana gelen azalışların ihracata etkisi ise istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bulgular, ihracatın artırılabilmesi için finansal gelişmişlikteki artışın ekonomik büyümeye göre çok daha büyük etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Değişkenler arasındaki kısa dönem ilişkisine dair katsayı tablosu, ve ECM değeri Tablo 9’da sunulmaktadır. Tabloya göre, kısa dönemde kişi başı GSYİH’da meydana gelen %1’lik artış, ihracatın %0,47 oranında artmasına, %1’lik azalış ise ihracatın %0,33 azalmasına yol açmaktadır. ECM değerine göre, bağımsız değişkenlerdeki şoklar, aynı dönem içinde ortadan kalkmaktadır.

Tablo 9: NARDL Kısa Dönem Katsayıları

Değişkenler	Kısa Dönem Katsayıları	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
GDPPC ⁺	0.4734	0.0873	5.4208	0.0000
GDPPC ⁻	0.3263	0.1136	2.8739	0.0088
ECM CointEq(-1)	-1.2514	0.1349	-9.2761	0.0000

Finansal gelişmişlikteki ve kişi başı GSYİH'daki değişimlere karşın ihracatın yeni uzun dönemli dengesine uyumunu gösteren dinamik çarpanlara ait grafikler Şekil 5'te sunulmaktadır.

Şekil 5: Dinamik Çarpan Grafikleri

Grafiklerde, siyah düz çizgiler ihracatın bağımsız değişkenlerdeki pozitif şoklara, siyah kesik çizgiler negatif şoklara verdiği tepkiyi, koyu kırmızı kesik çizgiler negatif ve pozitif şoklara verdiği tepkinin farkını (asimetrisini) ifade etmektedir. Şekil 5 (a)'da finansal gelişmişlikteki pozitif şokların ihracat üzerinde pozitif, negatif şokların ise negatif etki bıraktığı, asimetrik etkinin ise grafik boyunca pozitif olduğu görülmektedir. Şekil 5(b)'de kişi başı GSYİH'daki pozitif şokların ihracat üzerinde pozitif, negatif şokların ise kısa bir süre pozitif daha sonra negatif etki bıraktığı, asimetrik etkinin ise grafik boyunca pozitif olduğu görülmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Finansal gelişmişliğin ihracat performansı üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılan bu çalışmada, öncelikle Türkiye'nin 1980-2020 dönemi için finansal gelişme düzeyi ve ihracat performansı değerlendirilmiştir. Ardından, finansal gelişme-ihracat-ekonomik büyüme ilişkisi mevcut ampirik çalışmaların ışığında incelenmiş ve NARDL modeli yardımıyla test edilmiştir. Modelde, Türkiye'nin 1980-2020 dönemi için toplam ihracatı bağımlı değişken olarak tanımlanırken, IMF finansal gelişmişlik endeksi ve kişi başı GSYİH bağımsız değişkenler olarak tanımlanmıştır. Modelde değişen varyans ve otokorelasyon sorunu olmaması ve serilerin normal dağılım göstermesi, modelin geçerli ve dirençli olduğunu göstermektedir.

Bulgular, finansal gelişmişlik ile ihracat arasında uzun dönemli asimetrik bir ilişkinin varlığını, kişi başı GSYİH ile ihracat arasında ise uzun dönemli asimetrik ilişkinin yanı sıra kısa dönemli simetrik bir ilişkinin varlığını kanıtlamaktadır. Değişkenlerin uzun dönemli katsayıları incelendiğinde, finansal gelişmişliğin ihracat üzerindeki etkisinin, hem pozitif şoklar için ($0,85 > 0,61$) hem de negatif şoklar için ($0,55 > 0,03$) ekonomik büyümeyi temsil eden kişi başı GSYİH'dan çok daha fazla olduğu görülmektedir. Aynı zamanda finansal gelişmişlikteki artışların ihracat üzerindeki etkisi ($0,85$), azalışların ihracat üzerinde yarattığı etkiden ($0,55$) çok daha fazladır.

Sonuçlar, literatür akışıyla ve finans-ticaret teorisiyle tutarlıdır. Aynı zamanda, Asya-Pasifik ülkelerinde finansal gelişimin ihracatı artırdığını tespit eden Kumarasamy ve Singh, (2018)'in ve Hindistan'da finansal gelişimin ihracata olumlu etkisini kanıtlayan Pradhan ve Hiremath, (2020)'in çalışmalarıyla da tutarlıdır. Bununla birlikte bulgular, Nepal'de finansal gelişmişliğin ihracat üzerinde önemli bir etkisi olmadığını tespit eden Paudel ve Alharthi, (2021)'in çalışmalarının tam tersine, Türkiye'de finansal gelişmişlikle ihracat arasında oldukça güçlü bir ilişkiyi kanıtlamaktadır. Üstelik bu ilişki, büyümeye dayalı ihracat hipotezi veya ihracat kaynaklı büyüme hipotezlerinin ileri sürdüğü ekonomik büyüme-ihracat arasındaki güçlü ilişkiden çok daha güçlüdür.

Elde edilen kanıtlar ışığında, Türkiye'nin ihracat performansını artırmanın en etkili yolunun finansal gelişmişliği artırmak olduğu söylenebilir. Bunun için küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal kurumlara ve piyasalara erişiminin kolaylaştırılması, finansal kurum ve piyasaların derinliğinin artırılması için gerekli politikaların uygulanması ve finansal kurum ve piyasaların daha etkin ve verimli hale getirilerek finansal ekosisteminin sürekli beslenmesi faydalı olacaktır. Özellikle Coban, (2015)'in da çalışmasında ortaya koyduğu üzere hisse senedi piyasasının gelişiminin desteklenerek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat performansının artırılması sağlanmalıdır.

Çalışmanın literatüre temel katkısı, Türkiye'de finansal gelişme-büyüme-ihracat ilişkisini, finansal gelişmişliğin 20 boyutunu tek bir endeksle temsil eden IMF finansal gelişmişlik endeksini kullanarak ortaya koyan ilk çalışma olmasıdır. Bu bakımından, çalışmanın finansal gelişmişlik ve ihracat konusundaki literatüre ve gelecekte yapılacak çalışmalara katkı sağlaması umulmaktadır.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda IMF finansal gelişmişlik endeksinin alt endeksleri ve boyutları için benzer çalışma tekrarlanabilir ve böylece, ihracat performansının artırılabilmesi için finansal gelişme perspektifinden daha detaylı bulgular elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Al-Malkawi, H.-A. N., Marashdeh, H. A. ve Abdullah, N. (2012). Financial development and economic growth in the UAE: Empirical assessment using ARDL approach to co-integration. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 105–115.
- Alasgarlı, F. ve Sekmen, T. (2021). Asya Ülkelerinde Finansal Gelişme, Ekonomik Büyüme ve Enflasyon İlişkisi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 19–48.
- Aluko, O. A. ve Ibrahim, M. (2020). Institutions and the financial development–economic growth nexus in sub-Saharan Africa. *Economic Notes*, 49(3), e12163.
- Anwar, S. ve Sun, S. (2011). Financial development, foreign investment and economic growth in Malaysia. *Journal of Asian Economics*, 22(4), 335–342.
- Atgür, M. (2019). Finansal Gelişme, Ticari Açıklık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), 553–572.
- Aydin, Y. (2019). Finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisinin kırılğan beşli ülkeleri için analizi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 37–49.
- BIST. (2022). Borsa İstanbul: Tarihsel Gelişmeler. <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/27/tarihsel-gelistmeler> adresinden erişildi.
- Bölükoğlu, A. (2021). Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Doğrusal Olmayan İlişki: IMF Finansal Gelişmişlik Endeksi İle Yeni Bulgular. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 385–402.
- Çakır, N. ve Küçükkocaoğlu, G. (2022). *Türkiye’de Ekonomik Büyümenin Son Yirmi Yılı (2000-2020): Türkiye-Çin Karşılaştırmalı Analiz*. Ankara.: Siyasal Kitabevi.
- Çelik, İ., Bozkus Kahyaoglu, S., Yilmaz, T., Kaya, M., Özdemir Höl, A., Akkuş, H. ve Gülcan, N. (2021). *Finansal Zaman Serisi Analizi Finansçılar İçin Temel Yaklaşımlar* (First.). Ankara, Turkey.
- Çetin, M. (2018). Türkiye’de finansal gelişme ve enerji tüketimi ilişkisi: Bir zaman serisi kanıtı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(3), 69–88.
- Chen, H., Hongo, D. O., Ssali, M. W., Nyaranga, M. S. ve Nderitu, C. W. (2020). The Asymmetric Influence of Financial Development on Economic Growth in Kenya: Evidence From NARDL. *SAGE Open*, 10.
- Coban, S. (2015). Does the financial development spur export performance? Evidence from Turkish firm-level data. *International Journal of*

- Economics and Financial Issues*, 5(2), 434–440.
- De Gregorio, J. ve Guidotti, P. E. (1995). Financial development and economic growth. *World development*, 23(3), 433–448.
- Eyüboğlu, K. ve Kadir, A. (2020). Türkiye’de finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi: RALS-EG Eşbütünleşme Testi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 974–988.
- Fahrettin, P. ve Barut, A. (2021). Finansal gelişme, ekonomik büyüme ve enerji tüketiminin çevresel kalite üzerindeki etkisi: E-7 ülkeleri örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 347–366.
- Farouq, I., Sulong, Z., Ahmad, A. U., Jakada, A. H. ve Sambo, N. U. (2020). The Effects Of Economic Growth On Financial Development In Nigeria: Interacting Role Of Foreign Direct Investment: An Application Of NARDL.
- Felek, Ş., Yayla, N. ve Çağlar, A. (2018). Türkiye’de AB Doğrudan Yatırımları, Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisine ARDL Yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 63–82.
- Guru, B. K. ve Yadav, I. S. (2019). Financial development and economic growth: panel evidence from BRICS. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24(47), 113–126.
- Güzel, İ. ve İhsan, O. (2021). Ekonomik Büyüme-Finansal Gelişme İlişkisinin Ek Değişkenlerle Analizi: Türkiye Örneği. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 12(1), 57–73.
- IMF. (2022). Financial Development Index Database. *International Monetary Fund*. <https://data.imf.org/?sk=f8032e80-b36c-43b1-ac26-493c5b1cd33b> adresinden erişildi.
- Iorember, P. T., Goshit, G. G. ve Dabwor, D. T. (2020). Testing the nexus between renewable energy consumption and environmental quality in Nigeria: The role of broad-based financial development. *African Development Review*, 32(2), 163–175.
- Islam, M. A., Khan, M. A., Popp, J., Sroka, W. ve Oláh, J. (2020). Financial development and foreign direct investment—The moderating role of quality institutions. *Sustainability*, 12(9), 3556.
- Kirkpatrick, C., Sirageldin, I. ve Aftab, K. (2000). Financial development, economic growth, and poverty reduction [with Comments]. *The Pakistan development review*, 363–388.
- Kılınç, E. C. (2020). Doğrudan Yabancı Sermaye Girişlerinin Finansal Gelişme ve Ticari Açıklık İle Olan İlişkisi: E7 Ülkeleri Örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 45–54.
- Korgaonkar, C. (2012). Analysis of the impact of financial development on foreign direct investment: A data mining approach. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(6), 70–78.
- Korkmaz, Ö. (2018). Enerji Tüketimi İle Finansal Açıklık, Ticari Açıklık Ve

- Finansal Gelişme Arasındaki İlişkinin Karşılaştırmalı Analizi: Türkiye Ve İtalya Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 83–100.
- Kumarasamy, D. ve Singh, P. (2018). Access to finance, financial development and firm ability to export: experience from Asia–Pacific countries. *Asian Economic Journal*, 32(1), 15–38.
- Kurt, Ü. (2019). Türkiye Ekonomisinde Finansal Gelişme, Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Electronic Turkish Studies*, 14(2).
- Kuşçuoğlu, Ş. Y. ve Yılmaz, Z. (2020). Farklı Gelir Düzeyindeki Ülkelerde Ticari Açıklık, Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 148–170.
- Levine, R. (2005). Finance and growth: theory and evidence. *Handbook of economic growth*, 1, 865–934.
- Mike, F. ve Alper, A. E. (2021). Kırılgan Ekonomilerde Finansal Gelişme Düzeyinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 12(1), 49–64.
- Murari, K. (2017). Financial development–economic growth nexus: Evidence from South Asian middle-income countries. *Global Business Review*, 18(4), 924–935.
- Musamali, R. A., Nyamongo, E. M. ve Moyi, E. D. (2014). The relationship between financial development and economic growth in Africa. *Research in Applied Economics*, 6(2), 190–208.
- Nguyen, C. P. ve Lee, G. S. (2021). Uncertainty, financial development, and FDI inflows: Global evidence. *Economic Modelling*, 99, 105473.
- Nguyen, C. P., Schinckus, C. ve Su, T. D. (2020). The drivers of economic complexity: International evidence from financial development and patents. *International Economics*, 164, 140–150.
- Nguyen, C. P. ve Su, T. D. (2021). Export quality dynamics: Multidimensional evidence of financial development. *The World Economy*.
- Odugbesan, J. A., Sunday, T. A. ve Olowu, G. (2021). Asymmetric effect of financial development and remittance on economic growth in MINT economies: an application of panel NARDL. *Future Business Journal*.
- Öztürk, Ö. F. ve Bayar, Y. (2021). Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları, Ekonomik Büyüme, İstihdam ve Finansal Gelişme Arasındaki Etkileşimin Analizi: OECD Ülkeleri Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 2582–2602.
- Pata, U. K. (2020). Turizm, Finansal Gelişme, Ticari Açıklık ve Sermaye Stokunun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(4), 151–167.
- Paudel, R. C. ve Alharthi, M. (2021). Role of financial development in the export performance of a landlocked developing country: The case of Nepal.

- Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1973653. doi:10.1080/23322039.2021.1973653
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289–326.
- Pradhan, A. K. ve Hiremath, G. S. (2020). Do external commercial borrowings and financial development affect exports? *Cogent Business & Management*, 7(1), 1796269.
- Sajo, I. A. ve Li, B. (2017). Financial Development, Export and Economic Growth in Nigeria. *Theoretical Economics Letters*, 07, 2239–2254.
- Samanhyia, S., Donbesuur, F. ve Owusu-Ansah, I. (2014). financial development and economic growth in a post financial liberalization era in Ghana: Does the measure of financial development matter. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(25), 51–59.
- Sehrawat, M. ve Giri, A. K. (2018). The impact of financial development, economic growth, income inequality on poverty: evidence from India. *Empirical Economics*, 55(4), 1585–1602.
- Shetewy, N., Shahin, A. I., Omri, A. ve Dai, K. (2022). Impact of financial development and internet use on export growth: New evidence from machine learning models. *Research in International Business and Finance*, 61, 101643.
- Shin, Y., Yu, B. ve Greenwood-Nimmo, M. (2014). Modelling asymmetric cointegration and dynamic multipliers in a nonlinear ARDL framework. *Festschrift in honor of Peter Schmidt* içinde (ss. 281–314). Springer.
- Svirydzhenka, K. (2016). *Introducing a new broad-based index of financial development*. International Monetary Fund.
- Uluyol, O. (2019). 1980-2000 Döneminde Türkiye’de Bankacılığın Gelişimi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (17), 73–107.
- Wang, V., Yun, H.-C. ve Lee, L.-S. (2012). An empirical study of Taiwan’s 1978-2006 financial development, export, saving and economic growth. *African Finance Journal*, 14, 87–101.
- World Bank. (2019). *Global Financial Development Report 2019/2020: Bank Regulation and Supervision a Decade after the Global Financial Crisis*. The World Bank. doi:https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1447-1
- World Bank. (2022). Exports of goods and services (% of GDP). *World Bank national accounts data*. <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS%0A> Sprinden erişildi.
- Xinzhong, Q. (2021). An empirical analysis of the influence of financial development on export trade: evidence from Jiangsu province, China. *Economic Research-Ekonomska istraživanja*, 1–16.

“

Bölüm 23

ÇEVRESEL KUZNETS EĞRİSİ HİPOTEZİ: TÜRKİYE ANALİZİ (1970-2018)¹

Süleyman AÇIKALIN²

Alaattin ÜNEL³

”

1 Bu çalışma Doç. Dr. Süleyman AÇIKALIN danışmanlığında Alaattin ÜNEL tarafından 08.06.2022 tarihinde Hitit Üniversitesi LEE, İktisat Anabilim Dalında tamamlanan Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi: Türkiye Analizi adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

2 Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, suleymanacikalın@hitit.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9634-3897>.

3 Yüksek Lisans Mezunlu, Hitit Üniversitesi, LEE, İktisat Anabilim Dalı, Ali-uel@outlook.com, <https://orcid.org/0000-0002-5609-6115>.

1. GİRİŞ

Geçmiş nesillerden bizlere miras kalan gelecek nesillerden borç olarak aldığımız çevre, canlı ve cansız varlıkların birlikte oluşturdukları ortamdır. Çevrenin korunması hepimizin sorumluluğu altındadır. Geçmişten günümüze çevrenin kirlenmesinde birçok önemli faktör rol oynamıştır. Çevrede olması gereken dengenin bozulması çevresel sorunların yaşanmasına neden olmaktadır. Çevre ile uyumlu bir şekilde yaşamak, insanoğlunun gezegende ki varlığını sürdürebilmesi açısından da kritik bir öneme sahiptir. İktisadi açıdan bu önem, sürdürülebilir büyüme kavramı ile ifade edilebilmektedir. Sürdürülebilir büyüme, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan reel milli hasılanın artmasıdır. Bunun sağlanabilmesi için gezegenin kaynaklarını kullanırken gelecek nesillerin de bu kaynakların kullanımında hakları olduğunu bilerek ve bu nedenle çevreyi koruyarak gerçekleştirilebilecek ekonomik büyüme yolları bulunmalıdır. Sanayi devriminden günümüze kadar geçen yaklaşık 250 yıllık deneyim bu anlamda insanoğlunun çok başarılı olmadığını gösteren işaretlerle doludur.

Ekonomik büyümenin gerçekleşebilmesi üretim yapılması ve bunun için de için enerji kullanımı gerekmektedir. Bu süreçte geçmiş yıllardan günümüze dek enerji ihtiyaçlarının karşılanmasında fosil enerji kaynaklarının kullanılması, küresel ölçekte birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Fosil kaynakların atmosfere saldıgı zararlı gazlar küresel ısınmanın yaşanmasına neden olmaktadır. Dünyayı yakından ilgilendiren bu soruna karşı ülkeler bir araya gelerek çözüm arayışlarına girmişlerdir. Bu kapsamda küresel ölçekte çevre sorunları ilk defa, 1972 yılında 113 ülkenin katılımlarıyla İsveç'in başkenti Stockholm'de gerçekleştirilen Stockholm Konferansı'nda gündeme getirilmiştir.

Çevre kirliliği ve ekonomik faaliyetler ilişkisi, iktisatçılar tarafından sıklıkla çalışılan konu başlıklarından birisi olmuştur. Simon Kuznets 1955 yılında yayınladığı *“Ekonomik Gelişme ve Gelir Eşitsizliği”* adlı makalesinde, ekonomik büyümenin ilk dönemlerinde gelir dağılımının bozulacağını ancak daha sonraki büyüme dönemlerinde gelir dağılımının düzeleceğini belirtmiştir. Gelir dağılımı ve ekonomik büyüme arasındaki bu ilişki literatüre ‘Kuznets Eğrisi Hipotezi’ olarak geçmiştir. 1990’lı yılların başlarında Grossman, Krueger, Panayotou gibi ekonomistler tarafından Kuznets Eğrisi Hipotezi çevreye uyarlanmıştır. Kişi başına düşen gelir ile çevre kirliliği arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmalarda, ekonomik büyümenin ilk dönemlerinde çevre kirliliğinin artış gösterdiği daha sonra azalışa geçtiği bundan dolayı kişi başına düşen gelir ile kirlilik arasında ‘ters U’ biçiminde bir ilişki olduğu ifade

edilmiştir. Gelir ve kirlilik arasındaki bu ilişki literatüre ‘Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi’ olarak geçmiştir. Çalışmanın amacı, literatürde Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi olarak yer alan kişi başına düşen gelir ile çevre kirliliği arasındaki ilişkinin Türkiye için 1970 ve 2018 yıllarını kapsayacak dönem için geçerliliğinin sınanmasıdır.

2. ÇEVRESEL KUZNETS EĞRİSİ

Simon Kuznets 1955 yılında yayımladığı makalede, gelişmekte olan ülkelerde kişi başına düşen gelirin gelişmiş ülkelere göre daha dengesiz şekilde dağıtıldığını ifade ederek, gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında gelir dağılımı konusunda adaletsizlik olduğunu belirtmiştir. Gelir dağılımında ki adaletsizlik, kalkınma sürecinin başlarında çok fazla durumda iken, kalkınma sürecinin ileriki seviyelerinde bu adaletsizlik daralmaya geçmektedir. Bu durum, gelir ile gelir dağılımında ki eşitsizlik arasında ilk başta artan sonra ki aşamalarda azalan oranlı ve ters U şeklini alan bir ilişkiyi ortaya koymaktadır (Kuznets, 1955, s. 1-28).

1990’lı yıllarda, çevre sorunları ve ekonomik büyümenin birlikte artış göstermesi, ekonomik büyüme ve çevre sorunları arasında ilişki kuran araştırmacıların odak noktası durumuna gelmiştir. Araştırmalar sonucunda, ekonomik büyüme ve çevre kirliliği arasında olan ilişki, gelir ve gelir adaletsizliği arasında olan ilişki gibi bir eğilimle ilişkilendirilmiştir. Kuznets eğrisinde ifade edildiği gibi, ekonomik büyüme sonucu çevre kirliliği ilk başlarda artış göstermekte, belirli bir büyüme aşamasından sonra ise çevre kirliliği azalışa geçmektedir. Bu görüş Çevresel Kuznets Eğrisi olarak adlandırılmaktadır. Çevresel Kuznets Eğrisine yönelik ilk çalışmayı Grossman ve Krueger 1991 yılında yapmış fakat bu yaklaşıma Çevresel Kuznets Eğrisi ismini ilk veren 1993 yılında yaptığı çalışmasıyla Panayotou olmuştur (Pehlivan, 2019, s. 23).

Sanayileşmenin ilk evrelerinde çevre kirliliği hızlı şekilde artmaktadır. Bu evrede çıktı üretimine öncelik verilmektedir. İnsanlar iş ve gelire çevre temizliğinden daha fazla önem vermektedir. Ekonomik büyümenin artması doğal kaynakların aşırı tüketilmesine ve madde emisyonuna neden olmaktadır. Bu durum çevre üzerinde baskıya neden olmaktadır. Ekonomiler, büyümenin çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiyi göz ardı etmektedirler. Sanayileşmenin ilerleyen aşamalarında, gelirden meydana gelen artışla birlikte çevreye verilen önem de artmaktadır. Düzenleyici kurumlar daha aktif hale gelmekte ve çevresel kirlilik azalışa geçmektedir. Çevresel Kuznets Eğrisi, ekonomik büyüme ve çevre kirliliği arasında iyi tanımlanmış bir ilişkiyi açıklamaktadır (Kenar, 2021, s.53).

Grossman ve Krueger 1991 yılında yaptıkları çalışma ile gelirin artmasına bağlı olarak çevre kirliliğinin artmasında, gelirden ki artışın ilk

aşamasında çevre kirliliğinin artması ve gelirin belirli bir seviyeye ulaştıktan sonra çevre kirliliğinin azalmasına yönelik durumu farklı etkilere bağlamıştır. Bu etkiler ölçek, kompozisyon ve teknolojik etkilerdir.

2.1. Ölçek Etkisi

Ülke ekonomilerinde meydana gelen büyüme ile üretim ölçeğinde meydana gelen artışları ifade etmektedir. Üretim ölçeğinde yaşanan büyüme sonucunda oluşan çıktı miktarındaki artış, üretim sürecinde hammadde ve doğal kaynağın daha fazla kullanılmasını gerektirmektedir. Üretim sürecinde doğal kaynağın fazla kullanılıyor olması, doğanın tahrip edilmesine ve çevrenin kirlenmesine yol açacaktır. Ekonomik büyüme, çevre üzerinde negatif bir ölçek etkisi oluşturmaktadır (Erdoğan vd., 2015, s. 114).

2.2. Kompozisyon Etkisi

Ekonomik büyümenin gerçekleşmesiyle beraber ekonomik yapıda da değişiklikler yaşanmaktadır. Ekonomik yapının değişmesi, çevreyi daha az kirlüten ekonomik faaliyetlerin artmasını sağlamıştır. Tarım ağırlıklı üretim yapılmasından, sanayi ağırlıklı üretim yapılmasına geçilmesi çevrenin tahrip edilmesine neden olmaktadır. Fakat, enerjinin yoğun olarak kullanıldığı sanayiden, hizmetlerin ve bilgiye dayalı teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı sanayiye geçilmesi çevrenin daha az tahrip edilmesine neden olmaktadır. Üretim yapısının değişmesi ve bilginin yoğun olduğu teknolojiler, çevre üzerinde olumlu etkiler göstererek çevre kalitesinin artmasını sağlamaktadır (Yücel, 2014, s. 12).

2.3. Teknolojik Etki

Ekonomik büyüme ile zenginleşen bir ülke, AR-GE çalışmalarına daha fazla kaynak ayırmakta ve ekonomik büyüme ile oluşturduğu teknoloji sayesinde kirliliği teknolojilerin yerini yenilikçi ve temiz teknolojiler almaktadır. Bu durum özellikle dalga, rüzgar ve güneş gibi kendilerini yenileyebilen enerji sektöründeki verimliliği temiz ve yüksek teknolojilerin geliştirilmesiyle yaşanmaktadır. Ekonomik büyümenin teknolojik etkisi, çevre üzerinde olumlu etki oluşturmaktadır (Seyhan, 2019, s. 30).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Önce Türkiye ekonomisinde ve daha sonra dünyanın farklı ülke ve bölgelerinde Çevresel Kuznets Eğrisi konusunda yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmektedir.

Başar ve Temurlenk (2007); Türkiye için 1950 ve 2000 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Gelir, katı

yakıtlar ve CO₂ miktarı arasındaki ilişkiyi regresyon analiziyle incelemiştir. Hipotezin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Akyıldız (2008); Türkiye’de illere ilişkin (56 il) 1990 ve 2000 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Panel veri modelinde SO₂ ve PM10 ölçümlerini kullanmıştır. ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Akbostancı vd. (2009); Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. 1968-2003 yıllarını kapsayacak şekilde kişi başına düşen gelir ile CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi Johansen eşbütünleşme testi ile araştırmıştır. 1992-2001 yıllarını kapsayacak şekilde 58 il için gelir, PM10, SO₂ ve nüfus yoğunluğu arasındaki ilişkileri panel veri analiziyle araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre hipotezin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Öztürk ve Acaravcı (2010); Türkiye için 1968 ve 2005 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Ekonomik büyüme, CO₂ emisyonu, enerji tüketimi ve istihdam oranı arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yardımıyla incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Saatçi ve Dumrul (2011); Türkiye için 1950 ve 2007 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. GSMH ve CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi Kejrival eşbütünleşme testi ile incelemiştir. Ekonomik büyüme ve çevre kirliliği arasında ters U şeklinde ilişki tespit etmiştir. Hipotezin geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Tablo 1. Türkiye Üzerine Yapılan Çalışmalar

YAZAR	ÜLKE	DÖNEM	METODOLOJİ	Ç.K.E.
Başar ve Temurlenk 2007	Türkiye	1950-2000	KPSS birim kök testi, Regresyon analizi	Geçerli değil
Akyıldız 2008	Türkiye (56 il)	1990-2000	Panel veri tahmin yöntemi	Geçerli değil
Akbostancı vd. 2009	Türkiye	1968-2003	Eş bütünleşme	Geçerli değil
Öztürk ve Acaravcı 2010	Türkiye	1968-2005	ARDL sınır testi	Geçerli değil
Saatçi ve Dumrul 2011	Türkiye	1950-2007	Lee-Strazicich yapısal kırılmalı birim kök testi, Kejrival yapısal kırılmalı eş bütünleşme testi	Geçerli
Koçak 2012	Türkiye	1960-2006	Eş bütünleşme	Geçerli değil
Dal vd. 2013	Türkiye	1960-2010	Dinamik en küçük kareler yöntemi	Geçerli değil

Koçak 2014	Türkiye	1960-2010	ARDL Sınır testi	Geçerli değil
Albayrak ve Gökçe 2015	Türkiye	1975-2010	Genelleştirilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi, Johansen Eş bütünleşme testi	Geçerli
Kılıç ve Akalın 2016	Türkiye	1960-2011	ARDL sınır testi	Geçerli
Çağlar ve Mert 2017	Türkiye	1960-2013	Tek ve çift yapısal kırılmalı birim kök testi, Eş bütünleşme, Dinamik en küçük kareler yöntemi	Geçerli
Destek 2018	Türkiye	1990-2014	ARDL sınır testi, Granger nedensellik yöntemi	Geçerli
Çetin ve Saygın 2019	Türkiye	1960-2014	ADF, PP ve KPSS birim kök testleri, ARDL sınır testi,	Geçerli
Ceylan ve Karaağaç 2020	Türkiye	1960-2014	Gregory-Hansen yapısal kırılmalı eş bütünleşme testi	Geçerli değil
Yurtkuran 2021	Türkiye	1995-2016	Fourier ADL eş bütünleşme, FMOLS tam değiştirilmiş en küçük kareler, CCR kanonik eş bütünleşme regresyonu, T-Y ve FTY nedensellik testi	Geçerli

Koçak (2012); Türkiye için 1960 ve 2006 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Enerji kullanımı, CO2 emisyonu ve GSYİH arasındaki ilişkiyi Johansen-Juselius eşbütünleşme testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Dal vd. (2013); Türkiye için 1960 ve 2010 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Ekonomik büyüme, enerji tüketimi ve sera gazı emisyonları arasındaki ilişkiyi dinamik en küçük kareler yöntemiyle incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Koçak (2014); Türkiye için 1960 ve 2010 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO2 emisyonu, gelir ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yardımıyla incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Albayrak ve Gökçe (2015); Türkiye için 1975 ve 2010 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO2 emisyonu, kişi başına düşen reel gelir, enerji kullanımı ve dışa açıklık oranı arasındaki ilişkileri Johansen eş bütünleşme testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Kılıç ve Akalın (2016); Türkiye için 1960 ve 2011 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Kişi başına düşen milli gelir, CO2 emisyonu ve ticari dışa açıklık oranı arasındaki

ilişkiyi ARDL sınır testi yardımıyla incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Çağlar ve Mert (2017); Türkiye için 1960 ve 2013 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO2 emisyonu, GSYİH ve yenilenebilir enerji kaynaklı elektrik tüketimi arasındaki ilişkiyi, yapısal kırılmaya izin veren eşbütünleşme testi ve dinamik en küçük kareler yöntemi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Destek (2018); Türkiye için 1990 ve 2014 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Reel GSYİH, kentleşme düzeyi, enerji yoğunluğu ve ekolojik ayak izi arasındaki ilişki, ARDL sınır testi VECM Granger nedensellik yöntemi aracılığıyla incelenmiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çetin ve Saygın (2019); Türkiye için 1960 ve 2014 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. 3 farklı regresyon modeli oluşturmuş. Karbon emisyonu, kişi başına reel gelir, enerji tüketimi ve ticari dışa açıklık arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yardımıyla incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Ceylan ve Karaağaç (2020); Türkiye için 1960 ve 2014 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO2 miktarı, kişi başı gelir ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi Gregory-Hansen yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Yurtkuran (2021); Türkiye için 1995 ve 2016 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Lojistik, CO2 emisyonu ve GSYİH arasındaki ilişkiyi, Fouier otoregresif gecikmesi dağıtılmış eşbütünleşme testi, tam değiştirilmiş en küçük kareler, kanonik eşbütünleşme regresyonu uzun dönem tahmincileri ve Toda-Yamamoto ve Fourier TY nedensellik yöntemleri ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Tablo 2’de Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin yabancı ülkeler için yapılan çalışmaları özetlenmiştir.

Grossman ve Krueger (1991); 42 NAFTA ülkesi için 1977 ve 1984 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. SO₂, partikül madde ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi, yatay kesit analizi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşmıştır.

Shafik ve Bandyopadhyay (1992); 149 ülke grubu için 1960 ve 1990 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. SO₂, SPM ve gelir arasındaki ilişkiyi, sabit etkili EKK regresyon yöntemi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 2. Yabancı Ülkeler Üzerine Yapılan Çalışmalar

YAZAR	ÜLKE	DÖNEM	METODOLOJİ	Ç.K.E.
Grossman ve Kurueger (1991)	42 NAFTA ülkesi	1977-1984	Yatay Kesit Analizi	Geçerli.
Shafik ve Bandyopadhyay (1992)	149 ülke	1960-1990	Sabit Etkili EKK Regresyon	Geçerli.
Panayotou (1993)	53 ülke	1985-1987	Kesit veri analiz yöntemi	Geçerli.
Selden ve Song (1994)	30 farklı gelir düzeyindeki	1979-1987	Panel veri yöntemi	Geçerli.
Jalil ve Mahmud (2009)	Çin	1975-2005	Gecikmesi dağıtılmış otoregresif (ARDL)	Geçerli.
Saboori vd. (2012)	Malezya	1971-2007	ARDL	Değil.
Shahbaz vd. (2013)	Güney Afrika	1965-2008	ARDL, sınır testi, ECM ve Granger nedensellik testi	Geçerli.
Lau vd. (2014)	Malezya	1970-2008	ARDL, sınır testi ve Granger nedensellik testi	Geçerli.
Jebli ve Youssef (2015)	Tunus	1980-2009	ARDL ve Granger nedensellik testi	Değil.
Waluyo ve Terawaki (2016)	Endonezya	1962-2007	ARDL	Geçerli.
Pal ve Mitra (2017)	Hindistan ve Çin	1971-2012	ARDL	Değil.
Yurtkuran ve Terzi (2018)	Meksika	1971-2015	ARDL, sınır testi, Bayer-Hanck Eşbütünleşme, HJ asimetrik nedensellik testi ve ECM	Geçerli.
Rahman vd. (2019)	Pakistan	1970-2016	ARDL, Granger nedensellik testi	Geçerli.
Koc ve Bulus (2020)	Güney Kore	1971-2017	ARDL	Değil.

Panayotou (1993); 53 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için 1985 ve 1987 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. SO₂, NO₂, SPM, ormansızlaşma ve kişi başına düşen gelir

arasındaki ilişkiyi, kesit veri analiz yöntemi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Selden ve Song (1994); 30 farklı gelir düzeyindeki ülkeler için 1979 ve 1987 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. SO₂, NO₂, SPM, CO ve kişi başına düşen reel gelir arasındaki ilişkiyi, panel veri yöntemi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Jalil ve Mahmud (2009); Çin için 1975 ve 2005 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO₂ salınımı, enerji tüketimi, gelir ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi, gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (ARDL) ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Saboori vd. (2012); Malezya için 1971 ve 2007 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO₂ salınımı, ekonomik büyüme, enerji tüketimi ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi, ARDL modeli ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmamıştır.

Shahbaz vd. (2013); Güney Afrika için 1965 ve 2008 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO₂ salımı, ekonomik büyüme, kömür tüketimi, finansal gelişme ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi, ARDL, sınır testi, ECM ve Granger nedensellik analizi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Lau vd. (2014); Malezya için 1970 ve 2008 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO₂ salımı, ekonomik büyüme, enerji tüketimi, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi, ARDL, sınır testi ve Granger nedensellik testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Jebli ve Youssef (2015); Tunus için 1980 ve 2019 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO₂ salınımı, GSYİH, yenilenebilir enerji tüketimi, fosil enerji tüketimi ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi, ARDL modeli ve Granger nedensellik testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin Tunus için geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Waluyo ve Terawaki (2016); Endonezya için 1962 ve 2007 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Ormansızlaşma, ekonomik büyüme, nüfus artışı, kırsal nüfus, tarımsal indeks, tarımsal arazi alanı, odun üretimi ve orman ürünleri ihracatı

arasındaki ilişkiyi, ARDL yöntemi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Pal ve Mitra (2017); Hindistan ve Çin için 1971 ve 2012 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Kişi başına reel gelir, kömür kullanımı, enerji ithalatı ve Ticaret arasındaki ilişkiyi, ARDL ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna yönelik bulgulara ulaşamamıştır.

Yurtkuran ve Terzi (2018); Meksika için 1971 ve 2015 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. CO2 salımı, ekonomik büyüme, kömür tüketimi ve finansal gelişme arasındaki ilişkiyi, ARDL, sınır testi, Bayer-Hanck eşbütünleşme analizi, HJ asimetrik nedensellik testi ve ECM ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Rahman vd. (2019); Pakistan için 1970 ve 2016 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve CO2 emisyonu arasındaki ilişkiyi, ARDL ve Granger nedensellik testi ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Koc ve Bulus (2020); Güney Kore için, 1971 ve 2017 yıllarını kapsayacak şekilde ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmıştır. Kişi başına GSYİH, kişi başına enerji tüketimi, kişi başına yenilenebilir enerji tüketimi, ticari açıklık ve kişi başına CO2 emisyonları arasındaki ilişkiyi, ARDL modeli ile incelemiştir. ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

4. TÜRKİYE UYGULAMASI

4.1 Model ve Veri Seti

Bu çalışmada 1970 ve 2018 yılları verileri kullanılarak Çevresel Kuznets Eğrisinin Türkiye için geçerliliği test edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda çevresel kirlilik göstergesi olarak bağımlı değişkenimiz karbondioksit emisyonu modelde kullanılmıştır. Modelde bağımsız değişkenler olarak ekonomik büyümeyi temsilen kişi başı reel gelir, kişi başı reel gelirin karesi kullanılmıştır. Ayrıca bağımsız değişken olarak enerji kullanımı değişkenleri logaritmaları alınarak kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait veriler, Dünya Bankası'nın veri tabanı kullanılarak elde edilmiştir. Veri analizi Eviews 12 istatistik programı ile analiz edilmiştir.

$$LNCO2_t = \beta_0 + \beta_1 LNY_t + \beta_2 (LNY)^2_t + \beta_3 LNE_t + e_t \quad (1)$$

Modelimizde LNCO2 çevresel kirlilik göstergesi olarak karbon emisyonunu (kişi başına düşen metrik ton), β_0 sabit terimi, LNY ekonomik

büyüme göstergesi olarak kişi başı reel gelir (sabit 2015 ABD doları), $(\text{LNY})^2$ kişi başı reel gelirin karesini (sabit 2015 ABD doları), LNEN enerji kullanımı (kişi başına kg petrol eş değeri) ve e_t hata terimini göstermektedir. Modelde $(\text{LNY})^2$ değişkeni $\text{LY} \cdot \text{LY}$ şeklinde logaritması alınarak hesaplanmıştır.

Kurulan model için olası sonuçlar aşağıdaki gibidir;

$\beta_1 = \beta_2 = 0$ ise gelir ile çevre kirliliği arasında ilişki yoktur.

$\beta_1 > 0, \beta_2 = 0$ ise gelir arttıkça çevre kirliliği de artmaktadır.

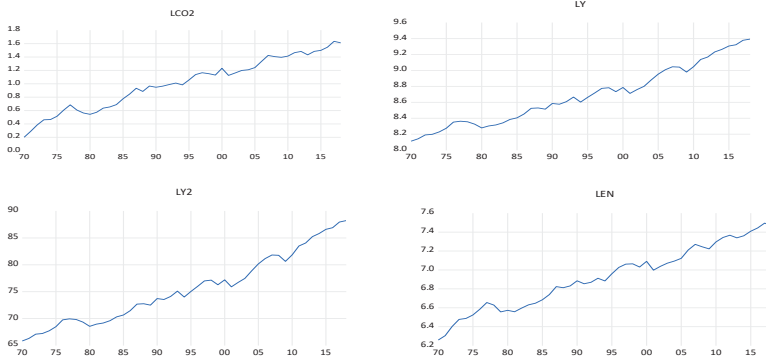
$\beta_1 > 0, \beta_2 < 0$ ise gelir ile çevre kirliliği arasında ‘ters U’ şeklinde bir ilişki vardır ve Çevresel Kuznets Eğrisi yaklaşımı geçerlidir.

$\beta_1 < 0, \beta_2 > 0$ ise gelir ile çevre kirliliği arasında ‘U’ şeklinde bir ilişki vardır.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

	LNCO2	LNY	LNEN	LN ²
Mean	1.002506	8.684416	6.922704	75.55007
Median	1.010522	8.662549	6.911883	75.03975
Maximum	1.634559	9.393230	7.495542	88.23277
Minimum	0.200982	8.112675	6.258050	65.81550
Std. Dev.	0.383662	0.365687	0.332830	6.398771
Skewness	-0.209934	0.347346	-0.055155	0.403731
Kurtosis	1.988688	2.028628	1.990997	2.074038
Jarque-Bera	2.448042	2.911741	2.103437	3.081691
Probability	0.294045	0.233197	0.349337	0.214200
Sum	49.12278	425.5364	339.2125	3701.953
Sum Sq. Dev.	7.065437	6.418894	5.317233	1965.325
Observations	49	49	49	49

Tablo 3’de değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Gözlem sayısı 49’dur. Değişkenlere ait çarpıklık değeri (-0.209934) negatif işaretlidir. Normal dağılım grafiklerinin sola çarpık olduğu anlamına gelmektedir. Basıklık değerinin (1.988688) pozitif olması, sivri dağılıma sahip olduğu anlamına gelmektedir. Jarque-Bera test istatistiği olasılık değerlerinin %5 anlamlılık düzeyinden büyük olması, değişkenlerinin hepsinin normal dağıldığı anlamına gelmektedir.



Şekil 2. Değişkenlere Ait Grafiksel Görünüm

Şekil 2’de değişkenlere ait grafiksel görünüm gösterilmektedir. Karbondioksit emisyonu (LCO2), kişi başı düşen gelir (LY), kişi başı düşen gelirin karesi (LY2) ve enerji kullanımı (LEN) değişkenleri logaritmaları alınarak kullanılmıştır. Tüm seriler zaman içerisinde artış eğilimi sergilemektedir.

4.2. Metodoloji

4.2.1. Durağanlık

Durağanlık kavramı, zaman serilerinde aranan en önemli özelliklerden biridir. Değişkenlerin zaman serileri durağan olmadığında sahte regresyon ilişkisi gözlemlenir. Bu sebeple, regresyonda gözlemlenen ilişkinin gerçek bir ilişki mi yoksa sahte bir ilişki mi olduğu, değişkenlerin durağan olup olmaması sonucuna bağlıdır (Tari, 2010, s.374).

Y_t zaman serisi

$$\text{Ortalama: } E(Y_t) = \mu \quad (2)$$

$$\text{Varyans: } \text{var}(Y_t) = E(Y_t - \mu)^2 = \sigma^2 \quad (3)$$

$$\text{Ortak Varyans: } Y_k = E[(Y_t - \mu)(Y_{t+k} - \mu)] \quad (4)$$

şartlarını sağlıyorsa, seri durağan bir seridir. Eğer bu şartları sağlamıyorsa seri durağan olmayan bir seridir (Gujarati ve Porter, 2012, s. 740).

Zaman serileri analizlerinde, durağanlık testlerinin yapılması serilerde gerçek bir ilişki mi yoksa sahte bir ilişki mi olduğunun tespit edilmesi açısından önemlidir. Bu tespitin yapılabilmesi için birim kök testleri yapılır. Yaygın olarak kullanılan birim kök testleri arasında

Dickey-Fuller ve Genişletilmiş Dickey-Fuller Testi ve Phillips-Perron Testi yer almaktadır.

Dickey ve Fuller 1979 yılında yapmış oldukları çalışmalarla zaman serilerinde durağanlığı tespit edebilmek amacıyla geliştirdikleri birim kök testinde, seriler birinci dereceden otoregresif süreçler şeklinde ifade edilmiştir. Dickey-Fuller (DF) testinde otokorelasyon problemi ortaya çıkmaktadır. Bu problemin ortadan kaldırılması için DF denkleminde otokorelasyon problemini giderecek kadar bağımlı değişkenin gecikmeli değeri denklemin sağ tarafına eklenir. Bu işlemten sonra DF regresyon denklemi Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) denklemi haline gelmektedir (Dickey ve Fuller, 1979). Phillips Perron testi, ADF ve DF testleri hata terimlerine yönelik oluşturulan hipotezlere göre daha esnektir. ADF ve DF testleri hata teriminin sabit varyanslı ve bağımsız olduklarını kabul eder. Bu yöntem bilimini kullanırken hata terimleri arasında korelasyon olmadığına ve sabit varyanslı olduklarından emin olmak gerekir. Phillips-Perron, DF testinin hata terimleriyle ilgili hipotezini genişletmişlerdir (Tarı, 2010, s.400).

4.2.2. Eşbütünleşme testleri

Uzun dönemde değişkenler arasında olan ilişki, eşbütünleşme testleri kullanılarak araştırılır. Yaygın olarak kullanılan eşbütünleşme testleri arasında Engle ve Granger (1987), Johansen (1988), Johansen ve Juselios (1990) testleri yer almaktadır. Engle ve Granger testi, diğer testlerden farklı olarak iki değişken arasında olan ilişkiye odaklanır. Diğer testlere göre daha az kullanılan bir testtir. Johansen ve Johansen ve Juselios testlerini uygulayabilmek için gerekli şartlar arasında, birinci farklarında durağan olması şartı vardır (Özcan, 2020, s.62).

Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiyi incelemek için eşbütünleşme testleri kullanılır. Engle-Granger (1987) ve Johansen (1988) eşbütünleşme testleri literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu testler, seviyelerinde durağan olmayan iki değişkenin durağan bir bileşiminin olabileceğini ifade ederler. Bu testleri uygulayabilmek için, değişkenlerin aynı dereceden bütünleşik olma koşulu vardır. Bu koşul, uygulamada önemli bir sorun haline gelmektedir. Peseran vd. (2001) tarafından ortaya atılan değişkenler $I(0)$ düzeyde durağan veya $I(1)$ birinci farkta durağan olmaları, sınır testinin uygulanmasında herhangi bir sorun oluşturmamaktadır. İkinci avantajı ise, kısıtsız hata düzeltme modeli kullanılmasından dolayı diğer eşbütünleşme testlerine ARDL yaklaşımı ile farklı dereceden bütünleşik değişkenler arasındaki ilişki açıklanmaktadır. ARDL yaklaşımının çeşitli avantajları vardır. Avantajlardan ilki, modelde kullanılacak göre istatistiksel olarak daha güvenilir sonuçlar elde edilebilmektedir. Hata düzeltme modeli, değişkenler arasında kısa ve uzun

dönem dinamikleri hakkında bilgi içermektedir (Akel ve Gazel, 2014, s.30-31).

Modelimizin ARDL formu ilk başta verilen (1) numaralı denklemden faydalanılarak (5) numaralı denklem ile gösterilmiştir:

$$\Delta \ln CO2_t = b_0 + \sum_{i=1}^m b_{1i} \Delta \ln CO2_{t-i} + \sum_{i=0}^n b_{2i} \Delta \ln Y_{t-i} + \sum_{i=0}^p b_{3i} \Delta (\ln Y)^2_{t-i} + \sum_{i=0}^r b_{4i} \Delta \ln EN_{t-i} + b_5 \ln CO2_{t-1} + b_6 \ln Y_{t-1} + b_7 (\ln Y)^2_{t-1} + b_8 \ln EN_{t-1} + \epsilon_t \quad (5)$$

Δ terimi birinci fark operatörü, b_0 eğilim katsayısı, b_1, b_2, b_3, b_4 katsayıları kısa dönem dinamik ilişkiiyi göstermektedir. b_5, b_6, b_7, b_8 katsayıları uzun dönem dinamik ilişkiiyi göstermektedir. Analizde optimal gecikme uzunluğu AIC (Akaike bilgi kriteri) yardımıyla tespit edilmektedir.

$H_0 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = 0$ Değişkenler arasında eşbütünleşme yoktur.

$H_1 \neq b_5 \neq b_6 \neq b_7 \neq b_8 \neq 0$ Değişkenler arasında eşbütünleşme vardır.

ARDL metodunda iki asimptotik kritik sınır kullanılmaktadır. Elde edilen F istatistik değeri kritik üst sınırı aşarsa, H_0 reddedilir. Değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu kabul edilir. F istatistik değeri kritik alt sınırın altında kalırsa H_0 reddedilemez. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olmadığı kabul edilir. F istatistik değeri iki kritik sınır arasında kalırsa yorum yapılamaz (Alper ve Alper, 2017, s. 149).

H_0 reddedilir yani değişkenler arasında uzun dönemli ilişki tespit edilirse (6) numaralı denklemle gösterilen UECM (kısıtsız hata düzeltme modeli) tahmin edilir;

$$\Delta \ln CO2_t = c_0 + \sum_{i=1}^m c_{1i} \Delta \ln CO2_{t-i} + \sum_{i=0}^n c_{2i} \Delta \ln Y_{t-i} + \sum_{i=0}^p c_{3i} \Delta (\ln Y)^2_{t-i} + \sum_{i=0}^r c_{4i} \Delta \ln EN_{t-i} + \delta ECM_{t-i} + \mu_t \quad (6)$$

Δ terimi birinci fark operatörünü, ECM_{t-i} terimi, hata düzeltme terimi, δ terimi değişkenlerin şoka maruz kaldıklarında dengeye ne kadar hızlı yöneceklerini gösteren hata düzeltme katsayısını ifade etmektedir. Uzun dönem katsayılarının istikrarlılığı Brown vd. (1975) tarafından ortaya atılan CUSUM ve $CUSUM^2$ testleri ile analiz edilmektedir.

4.2.3. Hata düzeltme modeli

İki değişken arasında eşbütünleşik ilişkinin olması, iki seri arasında uzun dönem denge ilişkisi olduğunu ifade eder. Fakat kısa dönemde iki değişken arasında bir denge olmayabilir. Bu durumda bulunan hata terimleri u_t kısa dönem değerleri ile uzun dönem değerleri arasında bir bağlantı kurulmasını sağlar. Hata düzeltme modeli bu amaç doğrultusunda

geliştirilmiştir. Eşbütünleşik serilerin hata düzeltme modeli (error correction model) kısaca ECM şeklinde gösterilir. Y ve X değişkenlerinin eşbütünleşik olduğu varsayımı altında en basit haliyle hata düzeltme modelini şu şekilde gösterebiliriz.

$$\Delta Y_t = a_0 + a_1 X_t + a_2 u_{t-1} + v_t \quad (7)$$

Burada ΔY_t bize X_t değişkenindeki kısa dönem dalgalanmaları, u_{t-1} ise uzun dönem dengeye doğru olan ayarlamaları ifade eder. a_2 katsayısı sapmayı gösterir. a_2 istatistiksel bakımdan anlamlı ise X_t 'deki kısa dönem dengesizliğin ne oranda bir dönem sonra düzeltilebileceğini gösterir. a_2 pozitif olması durumunda dengeden uzaklaşma, negatif olması durumunda ise sapma uzun dönem değerine yaklaşmaktadır. Yani hata düzeltici sistemin çalıştığı ve sapmanın azaldığı söylenebilir (Dikmen, 2017, s.331-332).

4.2.4. Granger nedensellik analizi

1969 yılında Granger tarafından geliştirilen yöntem sayesinde, zaman serileri arasındaki nedenselliğin yönü tespit edilebilmektedir. Başka bir ifadeyle, bir değişkenin cari değeri ile diğer değişkenin geçmiş değerleri arasında ilişkinin olup olmadığı Granger nedensellik analizi ile test edilir. X_t ve Y_t değişkenleri arasındaki nedensellik analizi VAR modeli ile tahmin edilmektedir.

4.3. Ampirik Bulgular

4.3.1. ADF ve PP test birim kök testi sonuçları

Zaman serisi analizlerinde değişkenlerin durağanlık düzeylerinin tespit edilmesi önemlidir. Bu amaç doğrultusunda, kişi başı karbondioksit emisyonu, kişi başı gelir, kişi başı gelirin karesi ve kişi başı enerji kullanımı değişkenlerinin durağanlık düzeylerinin tespit edilmesinde Dickey ve Fuller (1979) tarafından geliştirilen ADF (Augmented Dickey Fuller) birim kök testi ve Phillips-Perron (1988) tarafından geliştirilen PP (Phillips-Perron) birim kök testi uygulanmıştır.

Tablo 4. ADF Birim Kök Testi Düzey Sonuçları

	LNCO2 T-İstatistik	LN Y T-İstatistik	(LN Y)² T-İstatistik	LNEN T-İstatistik
Düzey:	-1.539808	0.533347	0.746702	-1.235822
Sabit	(0.5051)	(0.9862)	(0.9920)	(0.6514)
Düzey:	-3.881281	-1.842401	-1.614858	-3.755491
Sabit + Trend	(0.0205)*	(0.6683)	(0.7723)	(0.0279)*

Tablo 5. ADF Birim Kök Testi Birinci Fark Sonuçları

	LNCO2 T-İstatistik	LNy T-İstatistik	(LNy)² T-İstatistik	LNEN T-İstatistik
Birinci Fark: Sabit	-6.824673 (0.0000)*	-6.672065 (0.0000)*	-6.628148 (0.0000)*	-6.476774 (0.0000)*
Birinci Fark: Sabit + Trend	-6.822427 (0.0000)*	-6.721326 (0.0000)*	-6.734625 (0.0000)*	-6.455492 (0.0000)*

Not: *%5 anlam düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir. Parantez içerisinde olasılık değerleri yer almaktadır.

Tablo 4 ve 5’de değişkenlere ait ADF birim kök testi sonuçları yer almaktadır. Kişi başı karbondioksit emisyonu değişkeni, düzeyde sabitli trendli modelde durağan hale gelmektedir. Kişi başı gelir ve kişi başı gelirin karesi değişkenleri, birinci fark sabitli modelde durağan hale gelmektedir. Kişi başı enerji kullanımı değişkeni, düzeyde sabitli trendli modelde durağan hale gelmektedir.

Tablo 6. PP Birim Kök Testi Düzey Sonuçları

	LNCO2 T- İstatistik	LNy T- İstatistik	(LNy)² T- İstatistik	LNEN T- İstatistik
Düzey: Sabit	-1.626674 (0.4614)	0.581834 (0.9878)	0.812587 (0.9933)	-1.259946 (0.6406)
Düzey: Sabit + Trend	-3.922883 (0.0185)*	-1.925788 (0.6257)	-1.614858 (0.7723)	-3.833672 (0.0231)*

Tablo 7. PP Birim Kök Testi Düzey Sonuçları

	LNCO2 T- İstatistik	LNy T- İstatistik	(LNy)² T- İstatistik	LNEN T- İstatistik
Birinci Fark: Sabit	-7.048712 (0.0000)*	-6.672565 (0.0000)*	-6.629355 (0.0000)*	-6.484596 (0.0000)*
Birinci Fark: Sabit + Trend	-7.066362 (0.0000)*	-6.720395 (0.0000)*	-6.734452 (0.0000)*	-6.446431 (0.0000)*

Not: * %5 anlam düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir. Parantez içerisinde olasılık değerleri yer almaktadır.

Tablo 6 ve 7’de değişkenlere ait PP birim kök testi sonuçları yer almaktadır. Kişi başı karbondioksit emisyonu değişkeni, düzeyde sabitli trendli modelde durağan hale gelmektedir. Kişi başı gelir ve kişi başı gelirin karesi değişkenleri, birinci fark sabitli modelde durağan hale

gelmektedir. Kişi başı enerji kullanımı değişkeni, düzeyde sabitli trendli modelde durağan hale gelmektedir.

ADF birim kök testi ve PP birim kök testi sonuçlarına göre, Peseran vd. (2001) tarafından ortaya atılan sınır testi yaklaşımı uygulanabilmektedir. Sınır testi yaklaşımına göre, değişkenler $I(0)$ veya $I(1)$ düzeylerinde durağan hale gelmeleri sınır testinin uygulanabilmesi açısından herhangi bir engel oluşturmamaktadır.

4.3.2. ARDL modeli tahmin sonuçları

Tablo 8. ARDL (1.1.1.1) Model Tahmin Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık Değeri
LNCO2 (-1)	0.202558	0.165515	1.223808	0.2280
LNLY	8.727067	3.111666	2.804628	0.0077
LNLY(-1)	-5.683126	2.982908	-1.905230	0.0638
(LNLY) ²	-0.503588	0.177506	-2.837017	0.0070
(LNLY) ² (-1)	0.337115	0.170378	1.978628	0.0546
LNEN	1.115720	0.146231	7.629844	0.0000
LNEN(-1)	-0.328795	0.210852	-1.559364	0.1266
C	-18.50245	5.704450	-3.243513	0.0024

Tablo 8’de ARDL (1.1.1.1) modeli tahmin sonuçları yer almaktadır. ARDL sonucu elde edilen regresyon eşitliği;

$$\text{LNCO2} = 0.20 \text{ LNCO2} (-1) + 8.73 \text{ LNLY} - 5.68 \text{ LNLY}(-1) - 0,50 (\text{LNLY})^2 + 0.34 (\text{LNLY})^2 (-1) + 1.12 \text{ LNEN} - 0.33 \text{ LNEN} (-1) + \epsilon \quad (8)$$

Olasılık değerleri sonuçlarına göre, %5 anlamlılık düzeyinde testi geçip anlamlı olan etkiler LNLY, (LNLY)², LNEN ve sabit terim C.

Kişi başı karbondioksit emisyonunun bağımlı değişken, kişi başı gelir, kişi başı gelirin karesinin ve kişi başı enerji kullanımının bağımsız değişken olduğu modelde uygun gecikme uzunluğu 4 olarak belirlenmiştir. Akaike Bilgi Kriteri dikkate alınarak uygun ARDL modeli (1.1.1.1) olarak belirlenmiştir. Belirlenen ARDL (1,1,1,1) modeline göre değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi sınır testi uygulanarak analiz edilmektedir. Tablo 9’da belirlenen ARDL (1.1.1.1) modeline ilişkin sınır testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 9. Sınır Testi Sonuçları

Model	F(LNCO2, LNY, (LNY) ² , LNEN)	
ARDL Gecikme Uzunluğu	(1.1.1.1)	
Test İstatistikleri	Value	K
F- İstatistiği	7.031891	3
Kritik Sınır Değerleri: Kısıtsız Sabit ve Trendin Olmadığı Model (Case 3)		
Actual Sample Size= 49 Asymptotic n= 50		
Anlamlılık	I(0) Bound	I (1) Bound
%10	2.873	3.973
%5	3.5	4.7
%1	4.865	6.36
Test İstatistikleri	Value	K
t-İstatistiği	-4.817950	3
Anlamlılık	I(0) Bound	I(1) Bound
%10	-2.57	-3.46
%5	-2.86	-3.78
%2.5	-3.13	-4.05
%1	-3.43	-4.37

Tablo 9’da sınır testi sonucuna göre, F istatistik değeri (7.031891), %5 anlamlılık düzeyinde Peseran vd. (2001) tarafından ortaya atılan üst kritik sınır değerinden (4.7) büyük olduğu için H(0): düzeyde ilişki yoktur ret edilmiştir. Bu değişkenler arasında eşbütünleşme vardır anlamına gelmektedir.

Tablo 10. Uzun Dönem Katsayı Sonuçları

Model	F(LNCO2, LNY, (LNY) ² , LNEN)			
ARDL Gecikme Uzunluğu	(1.1.1.1)			
Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık Değeri
LNY	3.817133	1.440046	2.650702	0.0114
(LNY) ²	-0.208759	0.073942	-2.823299	0.0073
LNEN	0.986812	0.183860	5.367190	0.0000

Tablo 10’da modele ait uzun dönem katsayı sonuçları yer almaktadır. Uzun dönem katsayı sonuçlarına göre elde edilen denklem (9) aşağıda verilmiştir.

$$LNCO_2 = 3.8171 * LNY - 0.2088 * (LNY)^2 + 0.9868 * LNEN \quad (9)$$

Değişkenler %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Verilere göre kişi başı gelirin, karbondioksit emisyonunu uzun dönemde pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı gelirden meydana gelen %1'lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %3,8 oranında artırmaktadır. Kişi başı gelirin karesi, karbondioksit emisyonunu uzun dönemde negatif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı gelirin karesinde meydana gelen %1'lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %0,21 oranında azaltmaktadır. Kişi başı enerji kullanımı, karbondioksit emisyonunu uzun dönemde pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı enerji kullanımında meydana gelen %1'lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %0.98 oranında artırmaktadır.

Burada önemli bir nokta bulunmaktadır. Kişi başı gelirin yarattığı emisyon artışı zamanla (1 yıl) % 0,21 oranında azalarak artmaktadır. Katsayının anlamlı olması ÇKE hipotezinin Türkiye için 1970-2018 yıllarını kapsayan dönemlerde geçerli olduğunu ifade etmektedir. (9) numaralı denklemde emisyonun gelire göre türevi, gelir değişirken emisyonu ne olduğunu gösterecektir.

Gelirden meydana gelecek %1 oranında artış karbondioksit emisyonunu (%3,81 - %0,42Y) kadar yani gelirin artışına bağlı olarak sürekli değil azalarak artıracaktır. Bu durum da ÇKE hipotezinde tepenin sol tarafında olunabildiğine dair Türkiye için bir işaret olmaktadır.

Denklem 9'un gelire göre (LNY) türev alıp sifıra eşitlediğimizde kritik değer bulunmaktadır.

$$dLNCO_2/dLNY = 3.817133 - 0.417518 LNY = 0 \quad (10)$$

$$LNY = 3.817133 / 0.417518 = 9.14 \quad (11)$$

LNY değerinin anti logaritması alınarak gelir değeri hesaplanmaktadır. Denklem (12) gelir değerini göstermektedir.

$$Y = 9.320 \$ \quad (12)$$

Tablo 11. Kısa Dönem Katsayı Sonuçları

Model	F(LNCO ₂ , LNY, (LNY) ² , LNEN)			
ARDL Gecikme Uzunluğu	(1.1.1.1)			
Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık Değeri
C	-18.50245	3.368890	-5.492151	0.0000
D(LNY)	8.727067	2.320953	3.760123	0.0005

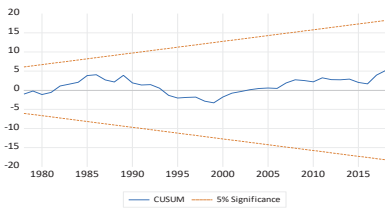
D(LNY) ²	-0.503588	0.131411	-3.832160	0.0004
D(LNEN)	1.115720	0.111692	9.989233	0.0000
CointEq(-1)	-0.797442	0.145144	-5.494149	0.0000

Tablo 11’de modele ait kısa dönem katsayı sonuçları yer almaktadır. Kısa dönem katsayı sonuçlarına göre elde edilen denklem aşağıda verilmiştir.

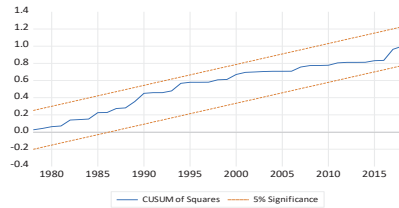
$$\text{LNCO2} = 8.7270 \cdot \text{LNY} - 0.5035 \cdot (\text{LNY})^2 + 1.1157 \cdot \text{LNEN} \quad (13)$$

Değişkenler %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Verilere göre kişi başı gelirin, karbondioksit emisyonunu kısa dönemde pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı gelirden meydana gelen %1’lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %8,7 oranında artırmaktadır. Kişi başı gelirin karesi, karbondioksit emisyonunu kısa dönemde negatif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı gelirin karesinde meydana gelen %1’lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %0,50 oranında azaltmaktadır. Kişi başı enerji kullanımı, karbondioksit emisyonunu kısa dönemde pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişi başı enerji kullanımında meydana gelen %1’lik bir artış, kişi başı karbondioksit emisyonunu %1,11 oranında artırmaktadır. Hata düzeltme terimi -0.80 ve %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Uzun dönem denge durumundan uzaklaşıldığında, dengeden oluşan sapma 1 yıl içerisinde %80 oranında tekrar düzelmektedir.

Uzun dönem kat sayılarının istikrarlılığının ölçülmesinde Brown vd. (1975) tarafından ortaya atılan CUSUM ve CUSUM² testlerinden faydalanılmaktadır.



Şekil 3. CUSUM Testi



Şekil 4. CUSUM² Testi

Şekil 3 ve 4’te modele ait CUSUM ve CUSUM² Test sonuçları yer almaktadır. Brown vd. (1975) tarafından ortaya atılan CUSUM ve CUSUM² testleri, hata terimlerine yönelik tahmin edilmektedir. Testler sonucu elde edilen eğriler, %5 anlamlılık düzeyini ifade eden kritik sınırlar içerisinde yer almaktadır. Modelde tahmin edilen katsayıların uzun dönemde istikrarlı olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 12. Tanısal Test Sonuçları

R^2	0.996887
F-İstatistik	1875.441
Olasılık (F İstatistik)	0.000000
Durbin-Watson İstatistiği	1.982668
Breusch-Godfrey Otokorelasyon LM Test	0.245274 (0.7837)
Heteroskedasticity Test: Breusch- Pagan-Godfrey	0.982023 (0.4574)
Ramsey Reset Test	0.080744 (0.7778)
Jarque-Bera	0.716052 (0.699055)

Not: Tabloda parantez içerisinde verilen değerler olasılık değerleridir.

Modele ait R^2 değerinin 0.99 olması modelin doğrusal açıklayıcılık ispatının yüksek olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. F istatistik olasılık değerinin %5 anlam düzeyinden ($0.000000 < 0,05$) küçük olması, modelin bütün olarak anlamlı olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Durbin-Watson İstatistik değerinin 1.982668 olması, 2'ye yakın olmasından dolayı modelde otokorelasyon sorununun olmadığı tahmin edilmektedir.

Modelde otokorelasyon sorununu incelemek amacıyla Breusch-Godfrey Otokorelasyon LM Test değerine göre ($0,05 < 0.7837$) %5 anlamlılık düzeyinde temel hipotez ret edilemez. Modelde otokorelasyon sorunu yoktur bilgisine ulaşılmaktadır.

H_0 : Otokorelasyon yoktur.

H_1 : Otokorelasyon vardır.

Modelde değişen varyans sorununu incelemek amacıyla uygulanan Heteroskedasticity Test değerine göre ($\%5 < 0.4574$) %5 anlamlılık düzeyinde temel hipotez ret edilemez. Modelde değişen varyans sorunu yoktur bilgisine ulaşılmaktadır.

H_0 : Değişen varyans yoktur.

H_1 : Değişen varyans vardır.

Modelde spesifikasyon hatasını incelemek amacıyla uygulanan Ramsey Reset Test değerine göre ($\%5 < 0.7778$) %5 anlamlılık düzeyinde temel hipotez ret edilemez. Modelde spesifikasyon hatası yoktur bilgisine ulaşılmaktadır.

H_0 : Spesifikasyon hatası yoktur.

H_1 : Spesifikasyon hatası vardır.

Modelde normal dağılım sorununu incelemek amacıyla uygulanan Jarque-Bera Test değerine göre ($\%5 < 0.699055$) $\%5$ anlamlılık düzeyinde temel hipotez ret edilemez. Model normal dağılıma sahiptir bilgisine ulaşılmaktadır.

H_0 : Normal dağılıma sahiptir.

H_1 : Normal dağılıma sahip değildir.

Tablo 13. Granger Nedensellik Test Sonucu

	F-İstatistik	Olasılık Değeri
LN $Y \rightarrow$ LNCO 2	1.34800	0.2708
LNCO $2 \rightarrow$ LN Y	0.59155	0.5580
LNEN $\rightarrow$ LNCO 2	0.13218	0.8765
LNCO $2 \rightarrow$ LNEN	1.45516	0.2449
(LN Y) $^2 \rightarrow$ LNCO 2	1.25658	0.2951
LNCO $2 \rightarrow$ (LN Y) 2	0.53554	0.5893
LNEN $\rightarrow$ LN Y	0.45495	0.6376
LY $\rightarrow$ LNEN	2.22142	0.1210

Tablo 13’de modele ait Granger Nedensellik Test sonuçları yer almaktadır. Granger (1969) tarafından ortaya atılan Granger Nedensellik Test sonuçlarına göre $\%5$ anlamlılık düzeyinde, temel hipotez ret edilememektedir. Nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

Tablo 14. Modified Wald Testi Sonuçları

H_0	X^2 İstatistiği	Olasılık	Sonuç
$Y \nRightarrow CO_2$	3.644909	0.1616	H_0 Kabul
$Y^2 \nRightarrow CO_2$	3.199418	0.2020	H_0 Kabul
$EN \nRightarrow CO_2$	1.259157	0.5328	H_0 Kabul

Tablo 14’de Toda-Yamamoto Nedensellik Testine ilişkin Modified Wald Testi sonuçları yer almaktadır. Seriler $k+d_{\max} = 1+1 = 2$ gecikme için tahmin edilmiştir. Değişkenlere ait olasılık değerleri $\%5$ anlam düzeyinden yüksek olduğu için temel hipotez ret edilememektedir. Gelirden, gelirin karesinden ve enerji kullanımından karbondioksit emisyonuna doğru nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

H_0 = Nedensellik ilişkisi yoktur.

H_1 = Nedensellik ilişkisi vardır.

5. SONUÇ

İnsanların refah içerisinde yaşam sürdürebilmeleri, bulundukları ülkelerin ekonomik gelişimiyle yakından ilgilidir. Ülke ekonomilerinin büyümesi, üretimin artmasına bağlı olarak gerçekleşmektedir. Üretim sürecinde enerji kullanımının, bilinçli ve doğru şekilde kullanılması hayatımızı kolaylaştırmaktadır. Aksi durumda enerjinin bilinçsizce kullanımı canlı varlıklar adına ciddi tehlikeler oluşturmakta ve çevreye zarar vermektedir. TÜİK 2018 verilerine göre, CO2 emisyonlarındaki en büyük payı enerji kaynaklı emisyonlar oluşturmuştur. 2018 yılı toplam CO2 emisyonlarının %85.8'lik kısmını enerji sektörü oluşturmaktadır. Enerji kullanımı konusunda fosil yakıt kullanımından vazgeçilip, doğa dostu yeşil enerji kullanımının artırılması özendirilmelidir.

Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular şu şekilde açıklanmaktadır. Değişkenlere uygulanan ADF ve PP birim kök testi sonuçlarına göre, kişi başı karbondioksit emisyonu ve kişi başı enerji kullanımı değişkenleri, düzeyde sabitli modelde durağan hale gelirken, kişi başı gelir ve kişi başı gelirin karesi değişkenleri birinci fark sabitli modelde durağan hale gelmektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda, değişkenler arasında ki eşbütünleşme ilişkisinin araştırılması için ARDL sınır testinin uygulanmasında sorun çıkmamaktadır. ARDL sınır testi sonuçlarına göre, modelde yer alan değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı ispat edilmiştir. Uzun dönem katsayı tahmin sonuçlarına göre, kişi başı gelir karbondioksit emisyonunu uzun dönemde pozitif olarak etkilemektedir. Kişi başı gelir katsayısı, istatistiki olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Kişi başı gelirin karesi, karbondioksit emisyonunu uzun dönemde negatif olarak etkilemektedir. Kişi başı gelirin karesi katsayısı, istatistiki olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Kişi başı enerji kullanımı, karbondioksit emisyonunu uzun dönemde pozitif olarak etkilemektedir. Enerji kullanımı katsayısı, istatistiki olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönem katsayı tahmin sonuçlarına göre elde edilen $LNCO2 = 3.8171 LNY - 0.2088 LNY^2 + 0.9868 LNEN$ denkleme göre, $\beta_1 > 0$, $\beta_2 < 0$ gelir ile çevre kirliliği arasında 'ters U' şeklinde ilişki vardır. Yapılan bu araştırmalar sonucunda, Türkiye için 1970-2018 yıllarını kapsayan dönemlerde Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi geçerli olarak bulunmuştur. Granger ve Toda-Yamamoto nedensellik test sonucuna göre, değişkenler arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Yapılan bu çalışma literatürde Türkiye için ilgili dönemlerde Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin geçerli olduğu Akyıldız (2008), Saatçi ve

Dumrul (2011), Albayrak ve Gökçe (2015), Kılıç ve Akalın (2016), Çağlar ve Mert (2017), Destek (2018), Çetin ve Saygın (2019), Yurtkuran (2021), çalışmalar ile örtüşmektedir. Literatürde Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin ilgili dönemlerde Türkiye için geçerli olmadığı Başar ve Temurlenk (2007), Akbostancı (2009), Öztürk ve Acaravcı (2010), Koçak (2012), Dal vd. (2013), Koçak (2014), Ceylan ve Karaağaç (2020), çalışmalar ile örtüşmemektedir.

KAYNAKLAR

- Akbostancı, E., Türot-Aşık, S., & Tunç, G. İ. (2009). The relationship between income and environment in Turkey: is there an environmental Kuznets curve? *Energy policy*, 37(3), 861-867.
- Akel, V., & Gazel, S. (2015). Döviz kurları ile BİST sanayi endeksi arasındaki eşbütünleşme ilişkisi: bir ARDL sınır testi yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (44), 23-41.
- Akyıldız, B. (2008). Çevresel Etkinlik Analizi: Kuznets Eğrisi Yaklaşımı, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Albayrak, E. N., & Gökçe, A. (2015). Ekonomik büyüme ve çevresel kirlilik ilişkisi: çevresel Kuznets eğrisi ve Türkiye örneği. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 4(2), 279-301.
- Alper, F. Ö., & Alper, A. E. (2017). Karbondioksit emisyonu, ekonomik büyüme, enerji tüketimi ilişkisi: Türkiye için bir ARDL sınır testi yaklaşımı. *Sosyoekonomi*, 25(33), 145-156.
- Ata, A. Y., & Yücel, F. (2003). Eş-Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye Uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 97-110.
- Başar, S., & Temurlenk, M. S. (2007). Çevreye uyarlanmış Kuznets eğrisi: Türkiye üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 1-12.
- Brown, R. L., Durbin, J., & Evans, J. M. (1975). Techniques for testing the constancy of regression relationships over time. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 37(2), 149-163.
- Ceylan, R., & Karaağaç, G. E. (2020). Türkiye’de Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Test Edilmesi: Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Testi ile Hata Düzeltme Modelinden Kanıtlar. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 7(2), 75-85.
- Chen, S., Saleem, N., & Bari, M. W. (2019). Financial development and its moderating role in environmental Kuznets curve: evidence from Pakistan. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(19), 19305-19319.
- Çağlar, A. E., & Mehmet, M. E. R. T. (2017). Türkiye’de çevresel Kuznets Hipotezi ve yenilenebilir enerji tüketiminin karbon salımı üzerine etkisi: Yapısal kırılmalı eşbütünleşme yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 21-38.

- Çetin, M., & Saygin, S. (2019). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi'nin Ampirik Analizi: Türkiye Ekonomisi Örneği. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 529-546.
- Dal, M. M., Karakaya, E., & Bulut, Ş. (2013). Çevresel Kuznets eğrisi ve Türkiye: Ampirik bir analiz. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 85-96.
- Delibaş Erilli, Z. (2019). Döviz Kurlarının Sektörel Fiyatlara Geçişinin Asimetrik Eşbütünlüşme Analizi ile Araştırılması, (Yüksek Lisans Tezi), Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Destek, M. A. (2018). Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin Türkiye için incelenmesi: STIRPAT modelinden bulgular. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 268-283.
- 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, 427-431.
- Dikmen, N. (2017). *Ekonometriye Giriş Temel Kavramlar ve Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Erdoğan, İ., Türköz, K., & Görüş, M. Ş. (2015). 11. Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Türkiye Ekonomisi İçin Geçerliliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (44).
- Granger, C. W. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 424-438.
- Grossman, G. M., & Krueger, A. B. (1991). Environmental impacts of a North American free trade agreement.
- Gujarati, D.N. ve Porter C.D. (2012). *Temel Ekonometri*, çev: Ü. Şenese, G. Günlük Şenese, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Jalil, A., & Mahmud, S. F. (2009). Environment Kuznets curve for CO2 emissions: a cointegration analysis for China. *Energy policy*, 37(12), 5167-5172.
- Jebli, M. B., & Youssef, S. B. (2015). The environmental Kuznets curve, economic growth, renewable and non-renewable energy, and trade in Tunisia. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 47, 173-185.
- Kenar, E. (2021). Hollanda Hastalığına Yakalanma Riski Taşıyan Ülkelerde Çevresel Kuznets Eğrisi Geçerliliğinin Sınanması, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, R., & Akalın, A. G. G. (2016). Türkiye'de Çevre ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 49-60.

- Koc, S., & Bulus, G. C. (2020). Testing validity of the EKC hypothesis in South Korea: role of renewable energy and trade openness. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(23), 29043-29054.
- Koçak, E. (2012). Türkiye'nin Enerji Tüketimi ile Karbondioksit Emisyonu Arasındaki İlişkinin Çevresel Kuznets Eğrisi Yaklaşımı Çerçevesinde Değerlendirilmesi, (Yüksek Lisans Tezi), Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçak, E. (2014). Türkiye'de Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Geçerliliği: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 62-73.
- Kuznets, S. (1955). "Economic growth and income inequality", *The American Economic Review*, 45(1), 1-28.
- Lau, L. S., Choong, C. K., & Eng, Y. K. (2014). Investigation of the environmental Kuznets curve for carbon emissions in Malaysia: do foreign direct investment and trade matter? *Energy policy*, 68, 490-497.
- Öztürk, I., & Acaravcı, A. (2010). CO2 emissions, energy consumption and economic growth in Turkey. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 14(9), 3220-3225.
- Özcan, S. (2020). Türkiye'de Yenilenebilir Enerjinin Çevre Kirliliği Üzerindeki Rolü: Çevresel Kuznets Eğrisi Bağlamında Ampirik Bir Analiz, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pal, D., & Mitra, S. K. (2017). The environmental Kuznets curve for carbon dioxide in India and China: Growth and pollution at crossroad. *Journal of Policy Modeling*, 39(2), 371-385.
- Panayotou, T. (1993) "Empirical tests and policy analysis of environmental degradation at different stages of economic development", World Employment Programme Research Working Paper WEP2-22/WP 238.
- Pehlivan, M. N. (2019). Çevresel Kuznets Eğrisinin Test Edilmesi: Türkiye ve Küresel Gelirden Payı Artan Ülkelere Yönelik Panel Veri Analizi, (Yüksek Lisans Tezi), Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289-326.
- Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Saatçi, M., & Dumrul, Y. (2011). Çevre kirliliği ve ekonomik büyüme ilişkisi: Çevresel kuznets eğrisinin Türk ekonomisi için yapısal kırılmalı eş-bütünleşme yöntemiyle tahmini. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (37), 65-86.

- Saboori, B., Sulaiman, J., & Mohd, S. (2012). Economic growth and CO2 emissions in Malaysia: a cointegration analysis of the environmental Kuznets curve. *Energy policy*, 51, 184-191
- Selden, T. M., & Song, D. (1994). Environmental quality and development: is there a Kuznets curve for air pollution emissions? *Journal of Environmental Economics and management*, 27(2), 147-162.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleçekenler, M. (2010). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Seyhan, B. (2019). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Geçerliliğinin Panel Veri Analiziyle Sınanması: Seçilmiş Ülkeler Uygulaması, (Yüksek Lisans Tezi), Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Shafik, N., & Bandyopadhyay, S. (1992). Economic growth and environmental quality: time-series and cross-country evidence (Vol. 904). World Bank Publications.
- Shahbaz, M., Tiwari, A. K., & Nasir, M. (2013). The effects of financial development, economic growth, coal consumption and trade openness on CO2 emissions in South Africa. *Energy policy*, 61, 1452-1459.
- Tarı, R. (2010). *Ekonometri*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Waluyo, E. A., & Terawaki, T. (2016). Environmental Kuznets curve for deforestation in Indonesia: an ARDL bounds testing approach. *Journal of Economic Cooperation & Development*, 37(3), 87.
- Yurtkuran, S. (2021). Çevresel Kuznets eğrisi hipotezinin geçerliliği ve yeşil lojistik: Türkiye örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(45), 171-201.
- Yurtkuran, S., & Terzi, H. (2018). Çevresel kuznets eğrisinin ampirik olarak analizi: Meksika örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 267-284.
- Yücel, M. E. (2014). Çevresel Kuznets Eğrisi: Panel Veri Analizi, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

“

Bölüm 24

**ÖRGÜTSEL İLETİŞİM KALİTESİ
ÖLÇÜMÜ İÇİN BİR İNCELEME ARACI
ÖNERİSİ**

Ulvi Cenap TOPÇU¹

”

¹ Dr., Araştırma Görevlisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ulvicenap@gmail.com, 0000-0001-6301-2357

Giriş

Örgütsel iletişimin ölçülmesine yönelik çalışmalar 1960'lı yıllarda kavramın ele alınması ile başlamıştır. Bu dönemden itibaren araştırmacılar büyük ölçüde iletişimin belirli boyutlarını ele alarak, örgütün işleyişine etkileri ve ne ölçüde memnuniyet ürettiği ile buna bağlı olarak ne ölçüde başarılı algılandığı üzerinde durmuşlardır (Norton ve Pettegrew, 1977). 1972'de Redding, uygun iletişim ortamının yaratılması bağlamında iletişim iklimi kavramını öne çıkarmış ve katılımcı karar alma, destekleyicilik, güven, itimat ve inanılabilirlik, açıklık ve içtenlik ve yüksek performans hedefleri olmak üzere beş boyut belirlemiştir. Redding'in beş boyutu Dennis (1975) tarafından ast-üst iletişimi, kalite bilgisi, üstlerin açıklığı, yukarıya doğru iletişim olanakları ve bilginin güvenilirliği biçiminde yeniden formüle edilerek iletişim iklimi yönergesi halinde önerilmiştir.

Aynı dönemde Downs vd. (1973), iletişim memnuniyetini ele alarak bir ölçek geliştirmişler ve örgütsel iletişim çalışmalarında en çok yararlanılan temel ölçeklerden birini meydana getirmişlerdir. Bu bağlamda memnuniyetin iletişim iklimi, üstlerle iletişim, örgütsel entegrasyon, ortam kalitesi, yatay ve resmi iletişim, örgütsel perspektif, astlarla iletişim ve kişisel geri bildirim boyutları tespit edilmiştir. Bunu takiben Downs (1979), örgütsel iklim, kişisel geri bildirim ve üstlerle iletişim boyutlarının yüksek ilişki içinde olduklarını saptamış, örgütsel iletişim çalışmalarında önemli bir kilometre taşı döşemişlerdir. Böylelikle örgütsel başarının temel faktörlerinden olduğu düşünülen örgütsel iletişim çalışmalarında temel bir ekol oluşturulmuştur.

Konuyu bir başka açıdan değerlendiren Roberts ve O'Reilly (1974), statik bir değişken olmadığını vurguladıkları iletişimin koşullarını yansıtan 16 boyut belirlemiş ve geliştirdikleri ölçekle örgütlerde iletişim iklimini ele almışlardır. Bu anlamda örgütsel iletişim güven, etkileme, mobilite, etkileşim arzusu, yukarı yönelim, aşağı yönelim, yanlara yönelim, kesinlik, özetleme, kapı bekçiliği, aşırı yükleme, tatmin ve iletişim türlerine has boyutlara sahiptir.

Temel İletişim Memnuniyeti Ölçüleri

Örgütsel iletişimin başarısını ölçen bir yöntem geliştirmeden önce temel çalışmaları sıralamak ve araştırmacıların bu bağlamda hangi hususları ön plana çıkardıklarını belirlemek uygun olacaktır. Buna göre;

İletişim Memnuniyeti Ölçeği

Redding (1972) iletişim memnuniyetini 11 boyutla ifade etmektedir. Bu boyutlar aşağıda sıralandığı gibidir.

1. Çalışanlara açıklanan politikalar
2. İş performansı beklentisine yönelik anlayış
3. Yapılan değişikliklerin resmi kanallardan duyurulması
4. Üstlere öneride bulunma olanağı
5. Örgütle ilgili konularda alıcıya ulaşan mesajların uygunluğu
6. Önemli bilgilerin ne kadarının alıcı tarafından tercih edilen kanaldan ulaştırıldığı
7. Şikayet etme/sızlanma özgürlüğü
8. Üstlere ulaşma/erişme olanağı
9. Üstlerin, astların duygu ve sorunlarını anlamak için ne ölçüde çaba gösterdiği
10. Üstlerin, astların yüksek performansını ne ölçüde takdir ettiği
11. Yöneticilerin iletişime ne ölçüde açık ya da istekli olduğu

Downs ve Hazen (1977) ise Redding'in boyutlarından yola çıkarak iletişim memnuniyetini 8 boyuta indirgemıştır: örgütsel iklim, üstlerle iletişim, örgütsel entegrasyon, ortam kalitesi, dikey iletişim, örgütsel perspektif, astlarla iletişim. Clappitt ve Downs (1986) tarafından yapılan çalışmada iletişim memnuniyeti ölçeğinin farklı örgüt türleri ve çalışan seviyelerinde geçerliliğe sahip olması için 5 faktörlü bir yapılandırma sağlamışlardır. Diğer taraftan Deconinck vd. (2008), keşfedici faktör analizi ile ölçeğin geçerliliğini saptamak amacıyla yaptıkları çalışmada, bazı ifadelerin uygun faktör dağılımı göstermediğini ve iletişim iklimi, ortam kalitesi ve birlikte çalışanlar arası iletişim faktörlerinin birleştirilmesi gerektiğini saptamışlardır.

İletişimci Stili Çalışmaları

Norton ve Pettegrew (1977), iletişimi mesaj kaynağı ile ilişkili olarak incelemiştir. Buna göre bireylerin iletişimci bireyi kendilerine ne kadar yakın gördükleri, ne kadar beğendikleri ve sevdikleri ile ilişkisini ortaya çıkarmayı amaçlamakta ve iletişimci stilleri tanımlamaktadırlar. Bu kavramlaştırmada çok boyutlu olarak tanımlanan ve birbirleri ile ilişki içinde bulunabilen baskın, dostça, dikkat eden, rahat, çekışmeci, dramatik, canlandıran/gerçeğe çeviren, açık, iz bırakan ve iletişimci tipleri tanımlanmıştır.

Richmond ve McCroskey (1979) ise yönetim iletişim stili kavramı ile örgütün liderlik stili ve amirin iletişim stiline bir sonucu olarak çalışan memnuniyetinin ele alınabileceğini belirtmektedir. Çalışan memnuniyeti ayrıca çalışanların, amirlerin toleransı ve örgüt ve çalışanların yenilikçiliği ile de ilişkilidir. Bu çalışmada ortaya çıkan yönetim iletişim stilleri emir veren/hükmeden; pazarlayan/ikna eden; danışan/fikir alan ve karara katan/birlikte karar veren stillerdir. Bu çalışmayı takiben Rozilah vd. (2013) tarafından geliştirilen ölçek, yönetim ve iletişim ilişkisini belirlemekte,

konu edilen örgütte hangi iletişim tipine yakın yönetim bulunduğunu ortaya çıkarmaktadır.

İletişimci stili çalışmalarının bir kolu da iletişim ve liderlik arasında kurulan ilişkiyi oluşturmaktadır. Bu alanda Schneider vd. (2014) lider ve takipçileri tarafından cevaplanabilecek biçimde iki türlü hazırlanan algılanan liderlik iletişim ölçeğini geliştirmiştir.

Örgütsel İletişim İncelemesi (Audit)

Bütün bu anılan çalışmaların devamında ilk kez 1974 yılında Greenbaum bir inceleme (audit) metodu geliştirme yoluna gitmiştir. Buna göre inceleme amaç odaklı olarak sınıflandırılmış, örgütlerde iletişim ağları düzenleyici, inovatif, sürdürücü ve bilgilendirici biçimler olarak yer almıştır. Bu incelemede iletişimin başarısı farklı mesaj türleri üzerinden incelenmektedir. Düzenleyici mesajlar planlama, beyanlar, yöntemler ve kuralları; inovatif mesajlar bir üstün övgüsü gibi performans geri bildirimlerini; bilgilendirici mesajlar astları işi nasıl yapacakları konusunda bilgilendirerek verimliliği artırmayı içermektedir.

Daha sonraları ise iletişimin örgütsel başarı ve memnuniyeti ortaya çıkarmada etkinliğinin anlaşılması ile ilişkili çalışmalar, çalışan memnuniyeti ve liderlik stilleri ile ilişkilendirilmiştir. Böylece örgütsel iletişim konularının örgütün başarısına belirgin etkilerini belirleme amacı güdülmüştür. Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki, bir örgütte hangi iletişim kanallarının, biçimlerinin, yollarının ya da hangi iletişim sonuçlarının örgütün başarısı üzerindeki etkilerinin araştırılması ancak daha genel bir inceleme ile belirgin sorun alanlarının ortaya çıkarılması ile mümkündür. Dolayısıyla örgütsel iletişimin etkinliğinin ölçümü öncelikle inceleme (audit) araçlarının kullanımını gerektirmektedir. Bu kapsamda inceleme çalışmaları bilgi alma, bilgi verme, iletişim kaynakları, iletişim kanalları, iletişim takibi, zamanlılık, kesinlik, bilginin işe yararlığı, ilişkisellik ve iletişim çıktıları üzerine yoğunlaşmaktadır.

Greenbaum (1974), örgütlerde iletişim süreçlerinin incelenmesi için kavramsal ve metodolojik bir yapı kurmak; iletişim sisteminin bileşenlerini tanımlamak; iletişim faaliyetlerini sınıflandırmak; bir değerlendirme programı geliştirmek amacıyla yaptığı çalışmasında temel sorun olarak iletişimin aşağı yönelimli olarak ele alınmasını saptamıştır. Buna alternatif olarak örgütsel iletişimin farklı açıklardan ele alınmasına yardımcı olacak iletişim düzeyleri belirlemiştir. Buna göre iletişim birimleri, ağları, politikaları ve faaliyetleri örgütsel iletişimin ele alınması gereken düzeyler olarak sunulmaktadır. İletişim birimleri birey ve örgütsel grupların oluşturduğu ilişkiler, sahip olunan nitelikler ve durumsal faktörleri; ağlar düzenleyici, geliştirici, uyumlaştırıcı ve bilgilendirici iletişim yollarını; politikalar düzenleyici ve geliştirici ve uyumlaştırıcı ve bilgilendirici

vizyonu ve faaliyetler öneri sistemleri, toplantılar, standartlar, hedefler gibi örgüt içi araçları ifade etmektedir.

İnceleme çalışmaları içinde en önemli öncü çalışmalardan birisi Goldhaber (1976) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada Goldhaber, o güne dek yapılmış örgütsel iletişim çalışma ve kavramlarını ve evrensel bir inceleme sistemi geliştirme girişimlerini özetlemiştir. Yanı sıra, inceleme prosedür ve araçlarının geliştirilmesi, sınanması ve nihayet uygulanması ile birkaç yıl süren uzun erimli bir çalışmanın sonuçları paylaşılmıştır.

Hargie vd. (2002), araştırmacıların inceleme çalışmalarını son aşama olarak gördüklerini ve ancak örgütsel iletişime ilişkin inceleme çabalarının sonrasında örgütsel iletişim ve çalışma ortamında ne gibi değişikliklerin hangi biçimlerde ve ne ölçüde gerçekleştiğine odaklanılmadığını belirtmektedir. Diğer taraftan yazarlar, yapılan saptamaların kritik olay yöntemi gibi ek yöntemlerle belirginleştirilmesi ve açık uçlu soru formatları ile derinleştirilmesi yoluna gitmişlerdir. Bu noktada örgüt içi faaliyetlerin etkinliğini, verimliliğini ve örgütün başarısını doğrudan etkileyen bir unsur olarak örgütsel iletişime yönelik genel bir değerlendirme yapmayı sağlayacak araç geliştirme amacıyla literatürdeki önceki çalışmalardan ve Antonis (2005) tarafından hazırlanan inceleme aracından yararlanmak uygun görülmüş, bu bağlamda Antonis'in izlediği sıra ile izlenerek bir inceleme aracı sunulmak istenmiştir.

Örgütsel İletişim Kalitesi İnceleme Aracı

1. İletişim Sistemleri ve Yapısı

Örgütsel iletişime yönelik değerlendirmenin birinci ayağı mevcut sistem ve yapının analiz edilmesini gerektirmektedir. Buna göre sistemin işleyiş biçimi, teknik olanaklar ve ihtiyaçların ne ölçüde karşılanabildiği ortaya konmalıdır. Bu bağlamda inceleme fiziksel iletişim, elektronik imkânlar, iletişimin başarısı ve bununla ilgili kısıtlar gibi hususlarda sorular içermelidir. Önerilen incelemenin bu ilk bölümü aşağıdaki gibi tasarlanmıştır.

	1. İLETİŞİM SİSTEMLERİ & YAPI	
1.1	Örgütlenme yapısı diğer idare ve birimlerle iletişime geçmeye olanak veriyor.	Likert
1.2	Bölgelerdeki coğrafi konumlar onlarla iletişime geçmeyi zorlaştırıyor.	Likert
1.3	Örgütümüz iletişimi sağlayacak uygun bilgi işlem altyapısına sahiptir.	Likert
1.4	Örgüt içinde iletişim yukardan aşağı yönlüdür.	Likert
1.5	Örgüt içinde iletişim aşağıdan yukarı yönlüdür.	Likert
1.6	Örgüt içinde iletişim yatay yönlüdür.	Likert

1.7	Aşağıdaki liste enformasyonun çalışanlara aktarıldığı kanalların listesidir. MEVCUT DURUMDA verilen kanaldan ne ölçüde bilgi aldığınızı işaretleyiniz.	Her biri için işaretlenecek: - Hiç - Az - Orta - Fena Değil - Yeterli
1.7.1	İki kişi arasında yüzyüze görüşme	
1.7.2	İkiden fazla kişi arasında yüzyüze görüşme	
1.7.3	Telefon	
1.7.4	e-posta	
1.7.5	Yazılı belgeler (raporlar, toplantı tutanakları, prosedür belgeleri, notlar...)	
1.7.6	Merkezi bilgi havuzu	
1.7.7	Anlık mesajlaşma	
1.7.8	Diğer (belirtiniz):	
1.8	Aşağıdaki liste enformasyonun çalışanlara aktarıldığı kanalların listesidir. Verilen kanallardan ne ölçüde bilgi alma İHTİYAÇ DUYDUĞUNUZU işaretleyiniz.	Her biri için işaretlenecek: - Hiç - Az - Orta - Fena Değil - Yeterli
1.8.1	İki kişi arasında yüzyüze görüşme	
1.8.2	İkiden fazla kişi arasında yüzyüze görüşme	
1.8.3	Telefon	
1.8.4	e-posta	
1.8.5	Yazılı doküman (raporlar, toplantı tutanakları, prosedür belgeleri, notlar...)	
1.8.6	Merkezi bilgi havuzu	
1.8.7	Anlık mesajlaşma	
1.8.8	Diğer (belirtiniz):	
1.9	İki kişi arasında yüzyüze görüşme ile elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.10	İkiden fazla kişi arasında yüzyüze görüşme ile elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.11	Telefonla elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.12	e-posta ile elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.13	Yazılı belgelerden elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.14	Merkezi bilgi havuzundan elde ettiğiniz bilgiler doğrudur.	Likert
1.15	İkili görüşmelerden elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.16	İkiden fazla kişi arasındaki yüzyüze görüşmeden elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.17	Telefonla görüşmeden elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.18	e-posta ile elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.19	Yazılı belgelerden elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.20	Merkezi bilgi havuzundan elde ettiğiniz bilgiler sizin işinizle ilgilidir.	Likert
1.21	Bu kanallardan elde ettiğiniz bilgiler ne ölçüde <u>yanlış</u> anlaşılabilir?	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
1.21.1	İki kişi arasında yüzyüze görüşme	
1.21.2	İkiden fazla kişi arasında yüz yüze görüşme	
1.21.3	Telefon	
1.21.4	e-posta	
1.21.5	Yazılı belgeler	
1.21.6	Merkezi bilgi havuzu	
1.21.7	Anlık mesajlaşma	

	1.21.8	Diğer (belirtiniz):	
1.22	Eğer yanlış anlaşmalar olmuşsa sebepleri ne olabilir? Lütfen uygun gördüklerinizi işaretleyiniz.	Seçtiklerinizi işaretleyiniz.	
	İletişimin tamamlanamaması		
	İletişimin algılanan tonu		
	Kültürel farklar		
	Cinsiyet farkları		
	Kişisel algılar ve değerler		
	Fazla bilgi alınması		
	Az bilgi alınması		
	Çalışanlar arasında anlaşmazlık olması		
	Birimler arasında anlaşmazlık olması		
	İletişim araçlarını kullanamama		
	Uygunsuz araç kullanımı		
	Dil/lisan sorunları		
	Diğer (belirtiniz):		
1.23	Günlük olarak ne kadar bilgi elde edeceğimi belirleyebiliyorum.	Likert	
1.24	Çeşitli kaynaklardan bilgi alıyorsunuz. MEVCUT DURUMDA, verilen kaynaklardan her biri için elde ettiğiniz bilgi miktarını en iyi ifade eden seçeneği işaretleyiniz.		
	1.24.1 İş arkadaşlarımdan	Her biri için işaretlenecek:	
	1.24.2 Astlarımdan (eğer varsa)	- Hiç	
	1.24.3 Diğer birimlerdeki kişilerden	- Az	
	1.24.4 Yöneticimden	- Orta	
	1.24.5 Çalıştığım birimin yöneticisinden	- Fena Değil	
	1.24.6 Çalıştığım bölümdeki birimler arası toplantılardan	- Yeterli	
	1.24.7 Bölümler arası toplantılardan		
	1.24.8 Resmi yönetim bildirilerinden/sunumlarından		
	1.24.9 Personel toplantılarından		
	1.24.10 Dedikodu gazetesinden		
1.25	Çeşitli kaynaklardan bilgi alıyorsunuz. Verilen kaynaklardan her biri için İHTİYAÇ DUYDUĞUNUZ bilgi miktarını en iyi ifade eden seçeneği işaretleyiniz.		
	1.25.1 İş arkadaşlarımdan	Her biri için işaretlenecek:	
	1.25.2 Astlarımdan (eğer varsa)	- Hiç	
	1.25.3 Diğer birimlerdeki kişilerden	- Az	
	1.25.4 Yöneticimden	- Orta	
	1.25.5 Çalıştığım birimin yöneticisinden	- Fena Değil	
	1.25.6 Çalıştığım bölümdeki birimler arası toplantılardan	- Yeterli	
	1.25.7 Bölümler arası toplantılardan		
	1.25.8 Resmi yönetim bildirilerinden/sunumlarından		
	1.25.9 Personel toplantılarından		
	1.25.10 Dedikodu gazetesinden		
1.26	Verilen kaynaklardan ne kadar vaktinde bilgi elde ettiğinizi belirtiniz.	Her biri için seçilecek:	
	1.26.1 Astlar (eğer varsa)	- Hiçbir zaman	
	1.26.2 İş arkadaşları	- Nadiren	
	1.26.3 Amir/Yönetici	- Bazen	
	1.26.4 Bölüm yöneticisi	- Sıklıkla	
	1.26.5 Dedikodu gazetesi	- Her zaman	

2. Kişisel Yönlendirme

Örgütsel iletişimin önemli ayaklarından birisi de örgüt içinde görevli bireylerin kendi görev tanım ve sınırları konusunda yeterli yönlendirmeyi almış olmalarıdır. Çalışan, hangi işi nasıl yapması gerektiği ile farklı durumlarda nasıl çözümler bulabileceği ve kendi faaliyetleri konusunda nasıl geri bildirim alabileceği konularında yönlendirilmelidir. Bu bağlamda örgüt içinde çalışanların kendilerinden yapmaları beklenen ve sorumlu oldukları konularda ne ölçüde ve biçimde bilgi alabildikleri, gerçekleştirdikleri faaliyetler ve bu faaliyetlerin sonuçları ile ilgili ne ölçüde ve ne biçimde geri dönüş alabildikleri örgütsel iletişimin başarısını etkileyen ve örgütün faaliyetlerini nasıl gerçekleştireceği üzerinde etkili olan bir konudur. Bu nedenle örgütsel iletişim incelemesinde bireysel yönlendirme ayrı bir konu başlığını oluşturmaktadır.

	2. BİREYSEL YÖNLENDİRME		
2.1	Görevlerimi belirginleştiren kesin ve kapsamlı bir iş tanımım var.		Likert
2.2	Yaptığım işe yönelik anlaşılır ve kapsamlı prosedürlerin yeterliliğinden memnunum.		Likert
2.3	Çeşitli konularda bilgi alıyorsunuz. MEVCUT DURUMDA verilen konuda elde ettiğiniz bilgilerin miktarından ne kadar memnun olduğunuzu işaretleyiniz.		Her biri için işaretlenecek: - Hiç - Az - Orta - Fena Değil - Yeterli
	2.3.1	Görevlerim hakkında	
	2.3.2	İşimi ne kadar iyi yaptığım hakkında	
2.4	Çeşitli konularda bilgi alıyorsunuz. Verilen konularda ne ölçüde bilgi almaya İHTİYAÇ DUYDUĞUNUZU işaretleyiniz.		Her biri için işaretlenecek: - Hiç - Az - Orta - Fena Değil - Yeterli
	2.4.1	Görevlerim hakkında	
	2.4.2	İşimi ne kadar iyi yaptığım hakkında	
	2.4.3	Örgütsel politikalar, kurallar ve düzenlemeler hakkında	
	2.4.4	Ücret ve menfaatler hakkında	
	2.4.5	Teknolojik değişikliklerin işimi nasıl etkilediği hakkında	
	2.4.6	İşlemsel değişikliklerin işimi nasıl etkilediği hakkında	
	2.4.7	Çalıştığım bölümdeki/bölgedeki hata ve başarısızlıklar hakkında	
	2.4.8	İşimle ilgili sorunların nasıl çözümlendiği hakkında	
	2.4.9	Kişi olarak nasıl değerlendirildiğim hakkında	
	2.4.10	Olumlu performans değerlemesi alabilmek için ne yapmam gerektiği hakkında	
	2.4.11	Ne zaman iyi performans gösterdiğim hakkında	
	2.4.12	Bölümdeki önemli gelişmeler hakkında	
	2.4.13	Yaptığım işin bölümdeki yeri hakkında	

	2.4.14	Örgütün uzun süreli hedeflerine ulaşmada yaptığım işin nasıl katkı sağladığı hakkında	
2.5		Aşağıdakiler başkalarına bilgi gönderdiğiniz konulardır. MEVCUT DURUMDA bu konularda ne ölçüde bilgi gönderdiğinizizi işaretleyiniz.	
	2.5.1	İşle ilgili ne yaptığım hakkında	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	2.5.2	İşimin benden ne istediğini düşündüğüm hakkında	
	2.5.3	İşle ilgili sorunlarım hakkında	
	2.5.4	İşle ve/veya çalışma koşullarıyla ilgili şikayetlerim hakkında	
	2.5.5	İşimi yapmam için edinmem gereken bilgiler hakkında	
	2.5.6	En yakın amirimim iş performansı hakkında	
	2.5.7	Aldığım talimatların daha açık olması hakkında	
2.6		Aşağıdakiler başkalarına bilgi gönderdiğiniz konulardır. Bu konularda ne ölçüde bilgi almaya İHTİYAÇ DUYDUĞUNUZU işaretleyiniz.	
	2.6.1	İşle ilgili ne yaptığım hakkında	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	2.6.2	İşimin benden ne istediğini düşündüğüm hakkında	
	2.6.3	İşle ilgili sorunlarım hakkında	
	2.6.4	İşle ve/veya çalışma koşullarıyla ilgili şikayetlerim hakkında	
	2.6.5	İşimi yapmam için edinmem gereken bilgiler hakkında	
	2.6.6	En yakın amirimim iş performansı hakkında	
	2.6.7	Aldığım talimatların daha açık olması hakkında	
2.7		İlettiğiniz bilgilerin MEVCUT DURUMDA ne kadar etkili olduğunu aşağıda listelenen her kişi için işaretleyiniz	
	2.7.1	Astlar (eğer varsa)	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	2.7.2	İş arkadaşları (bölüm içi ve dışı)	
	2.7.3	En yakın amir/yönetici	
	2.7.4	Üst yönetici	
2.8		İlettiğiniz bilgilerin ne kadar etkili olmasına İHTİYAÇ DUYULDUĞUNU her bir kişi için işaretleyiniz	
	2.8.1	Astlar (eğer varsa)	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	2.8.2	İş arkadaşları (bölüm içi ve dışı)	
	2.8.3	En yakın amir/yönetici	
	2.8.4	Üst yönetici	
2.9		İş memnuniyeti ve memnuniyetsizliği işin kendisi ile, iş arkadaşları ile, en yakın amirle, örgütün bütünü ile vs. ilişkili olabilir. Aşağıda belirtilen unsurlardan memnuniyet düzeyinizi işaretleyiniz	
	2.9.1	İşim	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	2.9.2	Aldığım ücret	
	2.9.3	Örgüt içi terfi olanaklarım	
	2.9.4	Eğitim ve gelişme olanaklarım	
	2.9.5	Kuruluşun genel başarısına katkıda bulunma olanaklarının varlığı	
	2.9.6	Üstün performansın tanınması ve ödüllendirilmesi	
	2.9.7	Çalışan refahının önemsenmesi	
	2.9.8	Bu örgütte çalışıyor olmak	

2.9.9	Diğer örgütlere kıyasla, çalıştığım örgüt	
2.9.10	Örgütün genel yeterliliği	
2.9.11	Örgüt faaliyetlerinin genel kalitesi	
2.9.12	Örgütün amaçlarına ulaşması	

3. Çalışma grubu ile ilişkiler

Bir örgütün içindeki iletişim, aynı zamanda bir araya geldiğinde örgütü oluşturan farklı grupların kendi iç işleyişlerine ilişkin dinamiklerle ilgilidir. Örgüt birbiri ile iletişim halindeki farklı çalışan gruplarını içerdiğinden, bu grupların birbirleri ve her bir çalışanla kurduğu ilişki ayrı aşama ve süreçlerle örgütsel iletişimin gerçekleştiği farklı düzeyleri içermektedir. Çalışan grupları, gerek gerçekleştirilen görevler açısından gerekse iletişimin gizil dinamikleri açısından oluşturdukları iletişim kanal ve süreçleri ile örgüt içi iletişimin de belirleyicileri haline gelirler. Buradan hareketle yapılacak inceleme çalışanların, çalışma grupları ile ilişkilerini ayrıca değerlendirmelidir.

3.1	İşimi bitirirken diğer çalışan ve bölümlerden bağımsızım.	Likert
3.2	İşimi zamanında bitirebilmem için iş arkadaşlarım ve diğer bölümler gerekli girdileri zamanında sağlarlar.	Likert
3.3	İş arkadaşlarım ve diğer bölümler uygun kalite düzeyinde iş yaparlar.	Likert
3.4	Günlük olarak aynı gruptaki çalışanlar birbirleri ile etkileşim içindedir. Lütfen kendi çalışma grubunuzun/bölümünüzün etkileşim sıklığını işaretleyiniz.	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
3.4.1	Mevcut etkileşim düzeyi	
3.4.2	Gerekli etkileşim düzeyi	
3.5	Bölümlerin belli projelerde ortak çalışmaları gerekir. Lütfen kendi çalışma grubunuzun/bölümünüzün ortak çalışmaya sıklığını işaretleyiniz	Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
3.5.1	Mevcut durumda bölümler arası ortak çalışma	
3.5.2	Ortak çalışma ihtiyacı	
3.6	Bölümler arası iletişim sürelerinin ne kadarı hangi kanaldan sağlanmaktadır? Lütfen her biri için yüzde oran belirtiniz	100 puanı dağıtınız.
3.6.1	E-posta	
3.6.2	Resmi/gayri resmi toplantılar	
3.6.3	Telefon görüşmesi	
3.6.4	Anlık mesajlaşma	

	3.6.5	Karma proje takımları aracılığıyla	
	3.6.6	Yönetim aracılığıyla	
3.7	Çalışma grubunuz ya da bölümünüzün diğerleri ile ilişkisi için hangisi en uygundur.		Likert
3.8	Diğer bölümlerdeki işlemel süreçler ve prosedürler, işimi yapma ve bitirme becerimi olumlu yönde etkiler.		Likert
3.9	Çalıştığım bölüm, diğer bölümlerin örgüt stratejisi ve uzun süreli hedeflerine ulaşmadaki katkısını bilir.		Likert
3.10	Bölümümüzdeki çalışanlar, strateji, plan ve görevler açısından bölümle diğer bölümler arasındaki ilişkinin farkındadır.		Likert
3.11	Diğer bölümlerdeki çalışanlar, strateji, plan ve görevler açısından bölümle diğer bölümler arasındaki ilişkinin farkındadır.		Likert
3.12	Örgüt içinde çeşitli iletişim ilişkileri mevcuttur. Çalışan değişimleri diğerleri ile sürekli iletişim sağlar. Örgüt içindeki diğerleri ile ilişkilerinizi düşündüğünüzde aşağıdakilerin her biri ile ilişkilerini değerlendiriniz		Her biri için seçilecek: - Hiçbir zaman - Nadiren - Bazen - Sıklıkla - Her zaman
	3.12.1	İş arkadaşlarıma güvenirim.	
	3.12.2	İş arkadaşlarım birbirleri ile iyi anlaşır.	
	3.12.3	İş arkadaşlarımla ilişkimiz memnuniyet vericidir.	
	3.12.4	En yakın amirime güvenirim.	
	3.12.5	En yakın amirim bana karşı dürüsttür.	
	3.12.6	En yakın amirim söyleyeceklerimi dinler.	
	3.12.7	En yakın amirime katılmama özgürlüğüm vardır.	
	3.12.8	En yakın amirime işler yanlış gittiğine bunu söyleyebilirim.	
	3.12.9	En yakın amirim işi iyi yaptığımda bunu kabul eder.	
	3.12.10	En yakın amirim astları ile arkadaş canlısıdır.	
	3.12.11	En yakın amirim, işimin ne gerektirdiğini anlar.	
	3.12.12	En yakın amirimle ilişkim memnuniyet vericidir.	
	3.12.13	Örgütün yönetimine güvenirim.	
	3.12.14	Örgütün üst yönetimi çalışanlarla iletişimde samimidir.	
	3.12.15	Üst yönetimle ilişkim yeterli düzeydedir.	
	3.12.16	Diğer kültür gruplarından personel ile anlaşabiliyorum.	
	3.12.17	Üst yönetim farklı fikirleri cesaretlendirir.	
	3.12.18	Yeni ve daha iyi yöntemler önermem teşvik ediliyor.	
	3.12.19	İşimi etkileyen kararlarda söz hakkım var.	
	3.12.20	İdareyi ilgilendiren işlemlerde birimim üzerinde etkim/tesirim vardır.	
	3.12.21	İdare üzerinde etkim/tesirim vardır.	
	3.12.22	Diğer birimler üzerinde etkim/tesirim vardır.	
	3.12.23	Örgüt üzerinde etkim/tesirim vardır.	
	3.12.24	Örgütün amaçlarına ulaşmasında katkım vardır	

4. Örgütsel Yönelim

Örgütün çalışma kültürü ve iş yapış biçimi, iletişimin temel belirleyicilerinden ve göstergelerindendir. Örgüt içinde geçerli süreçlerin neye göre belirlenmiş olduğu ve çalışanlar tarafından nasıl anlaşılacak gerçekleştirileceği farklılık gösterebilir. Buna göre iletişimin türü de

değişebilir. Dolayısıyla örgütsel iletişimi değerlendirmek için örgütün çalışma pratiğinin nasıl bir biçim çerçevesinde gerçekleştirildiği, nasıl algılandığı ve çalışanların algıladıkları örgüt kültürüne ilişkin örgütsel yönelime ilişkin veriler örgütsel iletişimin anlaşılabilmesi için değerlendirilmelidir.

4.1	Örgütü tanımlayan liderlik ve yönetim çeşitli nitelik ve yaklaşımlara sahiptir. Lütfen aşağıdakilerin her biri için en iyi uygun işaretleyiniz	
4.1.1	Örgütsel tasarım	Seçiniz:
	<i>Demokratik</i>	
	<i>Katılımcı</i>	
	<i>Otokratik</i>	
4.1.2	Karar verme özgürlüğü	Seçiniz:
	<i>Yönetici astların belli sınırlar içinde karar almasına izin verir</i>	
	<i>Yönetici astların belli sınırlar içinde karar almasına izin verir</i>	
	<i>Yönetici sorunu belirler, çözümler toplar, karar verir</i>	
	<i>Yönetici değiştirilebilir deneysel bir karar verir</i>	
	<i>Yönetici fikirler öne sürer ve sorular alır</i>	
	<i>Yönetici karar alır ve ilan eder</i>	
4.1.3	Liderlik yaklaşımı	Seçiniz:
	<i>Başarı motive edilmiş ve iyi niyetle örgüt hedefleri kovalayan çalışanlar tarafından sağlanır</i>	
	<i>İnsanların ihtiyaçlarını ve sözlerini önemsemek hoş bir atmosfer ve iş yerine neden olur</i>	
	<i>Yeterli performans, performans baskısı ve iş tatmininin bir araya gelmesi ile sağlanır</i>	
	<i>Performans, insanların en az dikkate alınması ile sağlanır</i>	
	<i>İşi yapmak için en az çaba sarfedilir</i>	
4.1.4	Örgüt içi rekabet	Puanlama
4.1.5	Örgüt içi destek olma	Puanlama
4.1.6	Örgüt içi denge	Puanlama
4.1.7	Örgüt içi bağlılık	Puanlama
4.2	Çalışanları ilgilendiren kararlar, çalışanlardan alınan bilgiler doğrultusunda verilir.	Likert
4.3	Bilgiler örgüt içinde serbestçe paylaşılır.	Likert
4.4	Örgüt içi iletişim açık ve riyasızdır.	Likert
4.5	Örgüt içinde görüşlerimi açıkça ifade etme konusunda kendimi özgür hissediyorum.	Likert
4.6	Çalışanların algı ve düşüncelerini öğrenmek için yeteri kadar çaba gösteriliyor.	Likert
4.7	Fikir, görüş ve katkılara değer veriliyor.	Likert
4.8	Örgüt içinde söylentiler yaygındır.	Likert
4.9	Değişim ihtiyacını anlıyorum.	Likert
4.10	Gerçekleşmeden önce örgütteki değişimleri öğrenirim.	Likert
4.11	Örgütün stratejik yönü ve vizyonunu biliyorum.	Likert
4.12	Örgütün stratejik yönü ve vizyonunu bilmek ne kadar önemlidir?	Seçiniz
	<i>Önemli</i>	
	<i>Nötr</i>	
	<i>Önemsiz</i>	
4.13	Politika, kural ve düzenlemeler iyi anlatılmaktadır.	Likert

4.14	Politika, kural ve düzenleme değişimleri iyi anlatılmaktadır.	Likert
4.15	Örgüt kural ve düzenlemelerini iyi anlar ve bilir.	Likert
4.16	Politika, kural ve düzenlemeler düzgün biçimde açıklanmıştır.	Likert
4.17	Politika, kural ve düzenlemeleri bilmek ne kadar önemlidir?	Seçiniz
	Önemli	
	Nötr	
	Önemsiz	
4.18	Çalışanlar kural ve düzenlemelere saygı duymaktadır	Likert
4.19	Çalışanlar örgüte kendini adanmıştır	Likert
4.20	Örgüt içinde genel iletişim tutumları sağlıklıdır	Likert
4.21	Örgütün karşı karşıya kaldığı zorluklar ve olası sonuçları çalışanlarla paylaşılmaktadır	Likert
4.22	Çalışanlar nadiren zamanı israf eder	Likert
4.23	Örgütün yönetim tarzı ne ölçüde olumlu etki yaratır?	Seçiniz
	Çok olumlu etkisi vardır.	
	Olumlu etkisi vardır.	
	Etkisi yoktur.	
	Olumsuz etkisi vardır.	
	Çok olumsuz etkisi vardır.	
4.24	Bir örnek olarak yönetim kademesi ne ölçüde sıkı çalışmaya teşvik etmektedir?	Seçiniz
	Daha sıkı çalışmam için çok cesaretlendirmektedir.	
	Sıkı çalışmam için cesaretlendirmektedir.	
	Etkisi yok gibidir.	
	Sıkı çalışmamı zorlaştıracak biçimde cesaretimi kırmaktadır.	
	Sıkı çalışmamı engelleyecek biçimde cesaretimi kırmaktadır.	
4.24	Üst yönetimin çalışanlara davranışları işle ve örgütle ilgili genel tutumuna nasıl etki yapmaktadır?	Seçiniz
	Çok olumlu etkisi vardır.	
	Olumlu etkisi vardır.	
	Etkisi yoktur.	
	Olumsuz etkisi vardır.	
	Çok olumsuz etkisi vardır.	

5. Demografik Bilgiler

İncelemenin gerçekleştirildiği örgüt ve çalışanların dağılımına göre daha detaylı inceleme amacıyla demografik veriler toplanmalıdır. Bu bağlamda bu bölümde sorulacak sorular her bir inceleme için yeniden tasarlanmalıdır.

5.1	Örgütteki pozisyonunuz nedir?	
5.2	Hangi birimde çalışıyorsunuz?	
5.3	Bu örgütte kaç yıldır çalışmaktasınız?	
5.4	Yaş	
5.5	Cinsiyet	

Sonuç

Örgütlerde gerçekleştirilmesi hedeflenen faaliyetler doğası gereği çeşitli iletişim süreçlerinin başarıyla yürütülmesine bağlıdır. Bu nedenle stratejik bakış açısıyla örgüt başarısının, örgütün faaliyetlerini verimli biçimde yerine getirmesinin ve hedeflere ulaşmada beklentileri karşılayabilmesinin önemli bir koşulu bu iletişim süreçlerinde etkili olabilmesine bağlıdır. Buradan hareketle araştırmacılar uzun süren uğraşlarla örgütsel iletişimin doğru ve isabetli biçimde gerçekleştiğini ölçmeyi önemsemişlerdir.

Örgütsel iletişim çalışmalarının gelişimi içinde Zwijze-Koning ve de Jong (2007), Downs ve Hazen (1977) tarafından geliştirilen ve Pincus vd. (1986) tarafından genişletilen iletişim memnuniyeti ölçeği, kritik olay yöntemi ve anket, görüşme, günlük, ağ analizini bir araya getirerek bir inceleme formu oluşturmuştur. İletişim memnuniyeti ölçeği uygulama sahasına ait koşullar nedeniyle üst yönetimle iletişim ve departmanlar arası iletişim boyutları ile takviye edilmiştir. Diğer taraftan yazarlar iletişim memnuniyeti ölçeğini örgütsel iletişimin genel değerlendirmesinin yapılmasında yararlı bir araç olarak saptarken spesifik iletişim sorunlarının tespit edilmesinde ve çözüme yönelik çıkarımlar yapmada yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle örgütsel iletişimin kapsamlı bir analizinin yapılması ve anılan hedefe dönük çalışmalara uygun bir temel oluşturabilmek için uygun inceleme tekniklerinin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bu bağlamda Antonis (2005), kendinden önceki çalışmaları da değerlendirerek örgütsel iletişimi bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlayan inceleme aracı kurgulamıştır. Bu araç örgütün iletişim aşamalarını değerlendiren, mevcut durumun görüntüsünü oluşturarak hangi aşamalardan geçildiğini belirleyen ve süreçleri analiz etmeye yarayan bir araç olarak belirmiş ve değerlendirilmiştir. Bununla birlikte ne kadar hızlı dönüşüm geçirdiği öngörülemediği bir teknolojik değişim süreci yaşanmakta, bu da doğal olarak iletişimin hem biçimini hem de aynı zamanda içeriğini dönüştürmektedir. Bu nedenle örgütsel iletişim ile ilgili analizlerin ilgili bağlamları içerecek biçimde güncellenerek gerçekleştirilmesi gereklidir.

Bu çalışmada örgütsel iletişim başarısını değerlendirmek hedefi kapsamında ve örgütlerin kendi koşullarına göre uyarlayabilecekleri temel bir inceleme aracı önerilmek istenmiştir. Bu amaçla bütüncül bir araç olarak Antonis (2005) tarafından önceki çalışmalar derlenerek oluşturulan araç, yapısı ve sırası korunarak, içeriği bağlama uygun biçimde güncellenerek ve uyarlanarak kullanıcılara önerilmiştir. Dolayısıyla uygulayıcılar içinde bulundukları koşulları değerlendirerek ve araştırmacılar aracı geliştirerek literatür ve iş hayatında bu çalışmadan fayda sağlayabileceklerdir.

KAYNAKLAR

- Antonis, N. (2005). Communication Audit as an Integrated Communication Measurement Instrument: A Case Study. Yüksek Lisans Tezi, University of South Africa.
- Clampitt, P.H. ve Downs, C. (1986). A Critical Review of of Communication Satisfaction.
- Deconinck, J., Johnson, J., Busbin, J., & Lockwood, F. (2008). An examination of the validity of the Downs and Hazen Communication Satisfaction Questionnaire. *The Marketing Management Journal*, 18(2), 145-153.
- Dennis, H. (1975) The Construct of a Managerial Communication Climate Inventory for Use in Complex Organizations. International Association Convention, Chicago.
- Downs, C.W. (1979). The relationship between communication and job satisfaction. In R. Huseman, C.M. Logue, & D.L. Freshley (Eds.) *Readings in Interpersonal and Organizational Communication*, (363-376), Boston: Allyn & Bacon.
- Downs, C.W., ve Hazen, M.D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *The Journal of Business Communication*, 14(3), 63-73.
- Goldhaber, G.M. (1976). The ICA Communication Audit: Rationale and Development. *ERIC*.
- Greenbaum, H.H. (1974). The Audit of Organizational Communication. *Academy of Management Journal*, 17(4), 739-754.
- Hargie, O., Tourish, D., & Wilson, N. (2002). Communication Audits and the Effects of Increased Information: A Follow-up Study. *Journal of Business Communication*, 39(4), 414-436.
- Norton, R.W., & Pettegrew, L.S. (1977). Communicator Style an an Effect Determinant of Attraction. *Communication Research*, 4(3), 257-282.
- Pincus, J.D., Knipp, J.E., & Rayfield, R.E. (1986). Internal Communication and Job Satisfaction Revisited: The Impact of Organization of Trust and Influence on Commercial Bank Supervisors. Ed.: Larissa A. Grunig, James E. Grunig, içinde *Public Relations Research Annual*, 173-191 Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Redding, W. (1972). *Communication within Organizations*. NY: Industrial Communication Council.
- Richmond, V., & McCroskey, J. (1979). Management Communication Style, Tolerance for Disagreement, and Innovativeness as Predictors of Employee Satisfaction: A Comparison of Single-Factor, Two-Factor, and Multiple Factor Approaches. In D. Nimmo (Ed.), *Communication Yearbook III*. New Brunswick. N.J.: Transaction Books.

- Roberts, K. H., & O'Reilly, C. A. (1974). Measuring organizational communication. *Journal of Applied Psychology*, 59(3), 321–326.
- Rozilah, A.A., Muhammad, M., & Abu-Jarad, I. (2012). Management Communication Styles: Conceptualization and Scale Development. 2012 International Conference on Innovation, Management and Technology Research (ICIMTR2012), Malacca, Malaysia : 21-22 May, 2012.
- Rozilah, A.A., Muhammad, M., & Kamaluddin, N. (2013). Validity and Reliability of the Management Communication Stlye Scale. *International Journal of Social Science and Humanity*, 3(4), 390-395.
- Schneider, F.M., Maier, M., Lovrekovic, S., & Retzbach, A. (2014). The Perceived Leadership Communication Questionnaire (PLCQ): Development and Validation. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 149(2), 175-192.
- Zwijze-Koning, K., & de Jong, M. (2007). Evaluating the Communication Satisfaction Questionnaire as a Communication Audit Tool. *Management Communication Quarterly*, 20(3), 261-282.