

İktisadi ve İdari Bilimler

Modern Değerlendirmeler ve Araştırmalar

Editörler

Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY
M. Selçuk ÖZKAN



LIVRE DE LYON

2023

Sosyal Bilimler

İktisadi ve İdari Bilimler

Modern Değerlendirmeler ve Araştırmalar

Editörler

Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY
M. SELÇUK ÖZKAN



LIVRE DE LYON

Lyon 2023

İktisadi ve İdari Bilimler

Modern Değerlendirmeler ve Araştırmalar

Editörler

Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY
M. Selçuk ÖZKAN



LIVRE DE LYON

Lyon 2023

İktisadi ve İdari Bilimler Modern Değerlendirmeler ve Araştırmalar

Editors • Assoc. Prof. Dr. Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY

• Orcid: 0000-0001-9655-5673

Dr. M. Selçuk ÖZKAN • Orcid: 0000-0003-0479-8008

Cover Design • Motion Graphics

Book Layout • Motion Graphics

First Published • December 2023, Lyon

e-ISBN: 978-2-38236-648-6

DOI: 10.5281/zenodo.10435964

copyright © 2023 by **Livre de Lyon**

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission from the Publisher.

Publisher • Livre de Lyon

Address • 37 rue marietton, 69009, Lyon France

website • <http://www.livredelyon.com>

e-mail • livredelyon@gmail.com



LIVRE DE LYON

ÖNSÖZ

İktisadi ve idari bilimler, ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomik, siyasi ve yönetsel meselelere analitik bir perspektifle yaklaşarak sorunları tespit eden ve çözüm önerileri sunan bir alandır. Toplumun çeşitli yönlerini anlamak ve yönlendirmek adına kritik bir rol oynayan iktisadi bilimler ekonominin karmaşıklığını çözümlenmek ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın temel prensiplerini anlamak için topluma rehberlik ederken; idari bilimler ise kurumların yönetimini şekillendirmek ve liderlik yeteneklerini geliştirmek adına önemli katkılar sunmaktadır. Bu açıdan, iş dünyasından kamu sektörüne, sivil toplum kuruluşlarından uluslararası ilişkilere kadar geniş bir yelpazede toplumsal kalkınmaya öncülük eden iktisadi ve idari bilimler, toplumların etkin bir şekilde yönetilmesi ve ekonomik refahın artırılması açısından stratejik bir rol oynamaktadır.

Farklı uzmanlık alanlarına sahip bilim insanları tarafından ele alınan çalışmalara yer verilen İktisadi ve İdari Bilimler: Modern Değerlendirmeler ve Araştırmalar adlı bu kitap, iktisadi ve idari bilimler alanına katkı sağlamayı ve bu alanda yürütülecek yeni çalışmalar için fikir vermeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, bu esere değerli çalışmaları ile katkı sağlayan sayın araştırmacı yazarlar; Nezh Metin ÖZMUTAF, Nesrin DEMİR, Dilara ÖZEL, Mürşit RECEPOĞLU, Halil İbrahim KESKİN, Serhat ŞAMİL, Muhammed ERDOĞAN, Aysun AYDIN, Nedim DİKMEN, Mehmet KARA, Mesut KARAMAN, Vuslat GÜLDAŞ, H. Işıl ALKAN, Habibe YAMAN, Yasin KARADENİZ, Aydan ARSLAN ve Muhammet Sait İŞILDAK'a teşekkürlerimi sunar, kitabın akademisyen, araştırmacı ve ilgili tüm okuyuculara faydalı olmasını temenni ederim.

Editör
Doç.Dr. Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY

CONTENT

	ÖNSÖZ	I
BÖLÜM I.	DOĞAL AFET SÜREÇLERİNDE GÖNÜLLÜLÜKTE STRATEJİK BAKIŞ AÇISININ ETKİLERİ: DEPREM BÖLGESİ ÇERÇEVESİNDE BİR ARAŞTIRMA <i>Nezih Metin ÖZMUTAF & Nesrin DEMİR</i>	1
BÖLÜM II.	KİŞİ BAŞI MİLLİ GELİR VE YOLSUZLUK ARASINDAKİ İLİŞKİ: POST-SOVYET ÜLKELER ÜZERİNDEN BİR PANEL VERİ ANALİZİ ÖRNEĞİ <i>Dilara ÖZEL</i>	15
BÖLÜM III.	ELEKTRİK TÜKETİMİNİN İHRACAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TÜRKİYE’NİN İLLERİNDEN AMPİRİK KANITLAR <i>Mürşit RECEPOĞLU</i>	29
BÖLÜM IV.	COVID-19 PANDEMİSİNDE ÖĞRENCİLERİN DEPRESYON DÜZEYİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI <i>Halil İbrahim KESKİN</i>	41
BÖLÜM V.	BAĞIMSIZ DENETİMDE BEKLENTİ BOŞLUĞUNUN BİLEŞENLERİ, AKTÖRLERİ, NEDENLERİ VE AZALTMA YOLLARI <i>Serhat ŞAMİL</i>	59
BÖLÜM VI.	ÇALIŞMA YAŞAMINDA İŞ YÜKÜ KAVRAMI VE İŞ YÜKÜNÜN ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ <i>Muhammed ERDOĞAN & Aysun AYDIN</i>	75
BÖLÜM VII.	KEYNESYEN TÜKETİM FONKSİYONU EŞANLI MODEL UYGULAMASI: TEORİK BİR YAKLAŞIM <i>Nedim DİKMEN</i>	93

BÖLÜM VIII.	KOBİLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA VE STRATEJİK ÖNERİLER <i>Mehmet KARA & Mesut KARAMAN</i>	111
BÖLÜM IX.	DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TOPLUMSAL CİNSİYETE DUYARLI BÜTÇELEMENİN GELİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME <i>Vuslat GÜLDAŞ & H. Işıl ALKAN</i>	143
BÖLÜM X.	BİLGİ TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME SORUNU: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ <i>Habibe YAMAN</i>	159
BÖLÜM XI.	DİJİTAL LİDERLİĞİN ORGANİZASYONLARDAKİ ROLÜ <i>Yasin KARADENİZ & Aydan ARSLAN</i>	173
BÖLÜM XII.	TODA VE YAMAMOTO YAKLAŞIMIYLA NEDENSELLİK ANALİZİ: PARAMETRİK BİR UYGULAMA <i>Muhammet Sait İŞILDAK</i>	187

BÖLÜM I

DOĞAL AFET SÜREÇLERİNDE GÖNÜLLÜLÜKTE STRATEJİK BAKIŞ AÇISININ ETKİLERİ: DEPREM BÖLGESİ ÇERÇEVESİNDE BİR ARAŞTIRMA

*Effects of Strategic Perspective on Volunteering in Natural
Disaster Process: A Research within the Framework of the
Earthquake Zone*

Nezih Metin ÖZMUTAF¹ & Nesrin DEMİR²

*¹(Prof. Dr.), İzmir Katip Çelebi Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon ABD,
E-mail: nezih.metin.ozmutaf@ikcu.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-1330-409X*

*²(Prof. Dr.), İzmir Katip Çelebi Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Uluslararası İlişkiler ve Avrupa Birliği ABD,
E-mail: nesrinrgs@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7337-9643*

1. Giriş

Günümüzde çağdaş organizasyonlarında tercih edilen stratejik bakış açısı ve yönelim, bilimselliği, rasyonelliği, önleme amaçlılığı, tedbirliliği, geleceği öngörme, rekabet, esneklik ve dış çevredeki değişen koşullara adaptasyon, kalite vb. pek çok niteliği entegre şekilde ortaya koymayı sağlayan bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, doğanın bir gerçekliği olan ve kaçınılmayan afetlerin olumsuz etkilerinin minimizasyonunda da organize faaliyetler için stratejik bakış açısının önemli olduğu belirtilebilir.

Ayrıca sadece formallikle doğal afetlerin üstesinden gelmek için yetersiz kalabilecektir. Bu nedenle gönüllülüğün de faaliyetlerin başarısında bütünleştirici mobilizasyonu daha önceki uygulamalardaki deneyimler çerçevesinde görülmektedir. Gönüllülük faaliyetlerinde çıkış noktası gönüllülük felsefesi, yani zorlama olmaksızın istekli ve organize bir şekilde diğerlerine pozitif yönelimli faydalar sağlamak ve bunun sürdürülebilirliği olarak belirtilebilir. Bu çerçevede gönüllülüğün sağlıklı şekilde doğal afetler bağlamında organize şekilde faaliyet süreçlerinde yer alması için de stratejik bakış açısı ve yöneliminin gerekli olduğu belirtilebilir.

Bu çerçevede, çalışmanın çıkış noktası doğal afetler çerçevesinde gönüllülük yönelimli stratejik bakış açısı ve onun çeşitli etkisel boyutları olarak konumlandırılmıştır. Hedef kitlenin deprem bölgesinde gönüllülük faaliyetleriyle ilişkili kişiler çerçevesinde seçilmesi de bu bakış açısının güncel çerçevede dönüşleri içerecek konumu için önemsenmiştir. Ancak araştırma konusu sadece doğal afetin bir türü olan deprem için değil genel çerçevede ortaya konulmuştur. Ona göre bulgular bazında de yorumlar, açıklamalar ve öneriler getirilmiştir.

2. Literatür Özeti

2.1. Gönüllülükte Stratejik Bakış

Gönüllülük kapsamında bireylerin stratejik çerçevede katılımcı bir yapıda kritik faaliyetlere dahil olması devletin kurum ve kuruluşları, kar amacı güden işletmeler ve gönüllü kuruluşlar kapsamında bir stratejik bakış açısı olarak belirtilmektedir (Rehnborg vd., 2009: 3, 9).

Stratejik bakış açısında gönüllülüğü ve kar amacını baz alan yapı temel olarak hangi yönden ayrışır? Sorusunun yanıtı önemlidir. Stratejik gönüllülük yaklaşımında üretilen değer misyon açısından tanımlanır. Kar amacı güden çerçevede ise, değer mali performans açısından tanımlanmaktadır. Stratejik bakış gönüllü bakış açısında gelir dış faydalar için ödeme yapanlardan elde edilmektedir. Kar amacı güden çerçevede ise, gelir mal / hizmeti satın alan müşterilerden elde edilir (Moore, 2000: 189). Diğer taraftan, söz konusu olan doğal afetler olduğunda ister kar amacı gütmesin isterse kar amacı gütsün organizasyonların stratejik bir gönüllülük felsefesi altında destek ve faaliyetlerde buldukları örneklerini de görmenin mümkün olduğu belirtilebilir.

Stratejik bakış, strateji ve stratejik yönetim sürecine konumlanan bir bakış açısıdır. Bu nedenle kısaca strateji ve boyutları ve stratejik yönetimin anlamının açıklanması önemlidir. Strateji kelime olarak, izlenilen yol olarak tanımlanabilir. Kavramsal olarak strateji ise, amaçlar, amaçlar kapsamında belirlenen hedefler

ve hedeflerin somut performans göstergelerine ulaşımında kısa, orta ve uzun dönemli izlenecek esneklik ve dış çevredeki değişim ve dönüşümleri de kapsama alan dinamik yollar şeklinde tanımlanabilir. Stratejiler, genel (her seviyede uygulanabilen), üst düzey (kurumsal), orta seviye (rekabet, pazar) ve alt düzey (operasyonel, işlevsel) ve bu sözü edilenlerin uluslararasılaşma seviyelerine göre ayrılaştırılabilir. Bu çerçevede stratejik yönetim ise, stratejik analizler, stratejilerin, stratejik plan, uygulama ve denetlemeler, geri bildirimler ve güncellemelerin yer aldığı çok boyutlu bir yönetim şeklidir (Grant ve Jordan, 2014: 13; Athapaththu, 2016: 124-125; Sammut-Bonnici, 2015: 2).

Diğer taraftan, strateji ve stratejik yönetimin odağında, farkındalık yaratıcı ve itici güç ise, stratejik bakış olarak tanımlanabilir. Stratejik yönetim sürecinin ortaya konulması ve sürdürülebilmesinde bu yaratıcı ve itici güce motive olmanın gerektiği belirtilebilir.

Stratejik bakış, yönetimin liderliği stratejik bir çerçevede algılamasına yol açacaktır. Stratejik bakış açısıyla liderlik; kurum felsefesi (misyon, vizyon, değerler, ilkeler), stratejik yönetim anlayışının benimsenmesi ve sürdürülebilmesi, vizyon sahibi olma, hayalin somutlaşması, liyakat, çalışanların eğitilmesi ve geliştirilmesi, insan odaklılık, hazırlıklı olma, bilgi, özgüven, sürdürülebilirlik, değişim ve dönüşüm (karizmatiklik, ilham vericilik, entelektüellik, bireysel düşünceye odaklanma vb.), yaratıcı düşünce, dinamiklik, küresel düşünebilme, iç ve dış paydaş iletişim ve ilişkileri, etkin iletişim, motivasyon, vb. boyutları içerebilecektir (Ireland ve Hitt, 2005: 63-73; Kırkpatrik, 2011: 1615; Malik ve Singh, 2016: 501, 509; Sun ve Henderson, 2016: 554; Sun ve Wang, 2017: 1136).

Stratejik bakış açısı sayesinde, etkin bir liderlik ve katılımcı bir çerçevede gönüllülük misyon, vizyon ve amaçlar, hedefler ve stratejilerinin ortaya konulması, gönüllülük faaliyetlerinde en iyi şekilde yöneltilebilmesi için bireylerin motivasyonlarının ve eğilimlerinin tanınması, eğitimlerin planlı bir şekilde verilmesi, sonuçların değerlendirilmesi ve güncellemelerin yapılması, yeni gönüllü bireylerin kazanılması, başarılı faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ve bireylerin katılımdan yüksek iş tatmini sağlaması sağlam bir temele oturmaktadır (Rehnborg vd., 2009: 11, 15).

2.2. Doğal Afetler ve Gönüllülük Faaliyetleri

Doğal afet Oxford Sözlüğünde “ansızın ortaya çıkan büyük hasarlara yol açan felaket” olarak açıklanmaktadır (Oxford Advanced Learner’s Dictionary). Doğal afetler telafisi oldukça zor bazen olanaksız (ölüm vb.) büyük kayıplara ve hasarlara yol açabilmektedir. Bu çerçevede, AFAD (2014: 23) afeti “Toplumun

tamamı veya belli kesimleri için fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar doğuran, normal hayatı ve insan faaliyetlerini durduran veya kesintiye uğratan, etkilenen toplumun baş etme kapasitesinin yeterli olmadığı doğa, teknoloji veya insan kaynaklı olay. Afet bir olayın kendisi değil, doğurduğu sonuç” olarak tanımlanmaktadır.

Afet türleri aşağıdaki şekilde iki temel grupta sınıflandırılabilir (TMMOB İMOAŞ 2023);

- i. Doğal afetler: Deprem, tsunami, fırtına, tayfun, yangın, sel, aşırı kar ve çığ, don olayı, toprak kayması, volkanik patlama ve gazlar, grizu metan, sis, çölleşme, dünya dışı (meteor, güneşteki patlamalar vb.) tehditler.
- ii. İnsan eliyle oluşan afetler: Nükleer ve kimyasal gazlar, terör olayları, savaşlar vb.

1992-2001 yılları arasında Dünya genelinde doğal afetlerde ölüm dağılımı kuraklık ve kıtlık (%45), seller (%16), teknolojik afetler (%14), depremler (%12), fırtına (%10), aşırı sıcakları ve diğerleri (%3) şeklindedir ve yaklaşık olarak 880 milyar ABD doları ekonomik kayba yol açtığı bildirilmektedir (CBSE 2006’dan aktaran Khan ve Khan, 2008: 49).

Doğal afetlerde çeşitli boyutlarda fiziksel ve sosyo-ekonomik güvenlik açıkları her zaman vardır (Khan ve Khan, 2008: 46). Her ne kadar doğal afetler öncesinde afet yönetimi çerçevesinde hazırlıklar (riskleri değerlendirme, ekipman, araç, gereç, iletişim ağı, yardım malzemeleri ve hizmetleri, hazırlıklar yapma, “acil durum, kurtarma, yardım, yiyecek, içecek, barınma, ilaç vb. sağlama”, yeniden yapılandırma vb.) gerçekleştirilmiş olsa da doğal afetlerin etkileri o kadar büyük boyutlara ulaşabilir ki burada hemen her kesimden yardım ve destek beklentisi oluşabilir. Bu çerçevede devletin kurum ve kuruluşları, STK’lar ve özel sektör işletmeleri paydaşlık çerçevesinde katkılarda bulunurlar. Burada ortak kesişim noktası / felsefesi ise, gönüllü bakış açısı ve gönüllülük faaliyetleridir (Khaledi vd., 2022: 679). Bu çerçevede, gönüllülük amatörlük değildir, isteyerek ve özen göstererek kişinin sahip olduğu potansiyeli (bilgi, beceri, yetenek, deneyim, çaba, araç, gereç, ekipman, para vb.) faaliyet süreçlerinde işe paydaşlarla koordineli ve yararlı şekilde kullanabilmesi şeklinde tanımlanabilir.

Afet sürecinde genel olarak gönüllülerin katkıda bulunabilecekleri bazı tipik durumlar ortaya çıkabilir. Bunlar aşağıda yer almaktadır (Carter, 2008: XXI):

- i. Şiddetli bir şekilde normal yaşam düzeninin bozulması durumları,
- ii. Sağlıkla ilgili olumsuzluklar (can kaybı, yaralanma, psikolojik / maddi sıkıntılar, mülk kaybı vb.) ortaya çıkması durumu,

iii. Resmi yapılarda, iletişim alt yapısı ve iletişimde, temel hizmetlerde, sosyal sistemde yıkım veya hasarların ortaya çıkması durumu,

iv. Temel yaşamsal konularda / gereksinimlerde (barınma, su, yiyecek, temizlik sağlık, tıbbi yardım, sosyal bakım, toplumsal ihtiyaçlar vb.) olumsuzlukların yaşanması durumu.

Doğal afetlerde gönüllülük faaliyetleriyle bütünleşme tüm aktörlerin birlikteliğinin merkezinde yer almaktadır. Diğer bir yaklaşımla, böylesine toplumun tüm kesimlerini enterese eden ve etkileyen bir durumda zaten gönülsüz olmanın mümkün olmadığı da belirtilebilir. Rasyonel yaklaşım hem ulusal hem de uluslararası çerçevede bunu gerektirecektir.

2.3. Doğal Afetlerde Gönüllülük Faaliyetlerinde Stratejik Bakış

Doğal afetler öncesi, doğal afet süreci ve sonrasında stratejik bakış açısıyla her türlü paydaşın, doğal afetlere karşı en uygun stratejileri belirlemeleri o çerçevede süreci yönetmeleri gerekmektedir. Bu çerçevede mevcut riskleri minimize etmek veya olabiliyorsa ortadan kaldırmak için gönüllülüğü de baz alan teknik, sosyal, kültürel ve ekonomik olmak en uygun tepki stratejilerinin her düzeyde geliştirilmesi verilecek hizmetin kalitesi ve yaygınlığı açısından önemlidir (Fallah ve Nejad, 2018: 49).

Bu çerçevede doğal afetlere yönelik organizasyonların (resmi, gönüllü, kar amacı güden vb.) stratejik bakış açısı altında şu adımları atması önerilmektedir (NDMAGI, 2010: 14):

i. Aktif katılımı gerçekleştirecek şekilde gönüllülük felsefesi ve ruhuyla tüm toplulukları hazırlıklı olamaya yöneltecek koordineli çalışmalarını hayata geçirme stratejisini benimseme,

ii. Ulusal ve yerel afet yönetimi çerçevesinde ulusal, bölgesel ve yerel politik, teknik ve teknoloji, eğitim ve insan ve malzeme kaynaklarıyla ilgili olanlar da dahil olmak üzere kurumsal kapasitelerin güçlendirilmesi,

iii. Holistik bakış açısıyla iletişim, bilgi alışverişi ve koordinasyonun teşvik edilmesi ve desteklenmesi,

iv. Afete yönelik hassas alanlara ve gruplara odaklanarak stratejik plan ve tatbikatlar yapma, planları gözden geçirme, güncelleme bu çerçevede içsel ve dışsal her kesimle koordinasyonu güçlendirme,

v. Acil durum fonlarının kurulmasını, geliştirilmesini ve etkinliğini sağlamak.

Stratejik bakış açısıyla gönüllü örgütlenmelerde gerçekleştirilecek gönüllülük kapsamında afet öncesi, afet sırasında ve sonrasında stratejik yönelimler ise aşağıda sıralanmaktadır (Mondal vd., 2015: 1486):

i. Afet öncesi: İK'nın eğitilmesi, kapasitesinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi. Bölgelere (ilçe, köy vb.) direkt bilgi erişimini sağlayacak kanalların oluşturulması. Düzenli iletişim sağlayacak kontrol merkezleri oluşturulması.

ii. Afet sırasında: Hedef bölgelerde hedef gruplara ulaşmak için uyarıların yayılması, yönetime yardımcı olmak, destekler / yardımlar (acil kurtama, ilk yardım, psikolojik destekler, yiyecek, su, ilaç, diğer yardımlar vb.) sağlama, temizlik ve hijyeni tesis etme, hasar değerlemesi yapma.

iii. Afet sonrası: Yeniden yapılanma, maddi yardımları koruma ve geliştirme, maddi yardımları artırma çalışmaları yapma, değerlendirme ve izleme.

Gönüllülük faaliyetleri özünde afetlerin ortaya çıkardığı olumsuzlukların hafifletilmesi, diğer yandan da kalkınma faaliyetleri için gönüllülerin coşkusunu ve kararlılığını harekete geçirmeyi sağlamaktadır. Bu çerçevede yerel düzeyde de uzmanlıklarını afet süreçlerinde mobilize eden pek çok gönüllülük yaklaşımları da organize edilebilmektedir. Çünkü doğal afetlerin büyüklüğü ve yaygınlığı, sayısı ve etkileri düşünüldüğünde bir kurum, kuruluş, organizasyonun ne kadar donanımlı ve hazırlıklı olsa da mutlaka çözümün toplumun her kesimine stratejik gönüllülük bakış açısıyla yayılması kaçınılmaz olarak belirtilmektedir. Burada önemli olan gerekli kaynakların optimal şekilde kullanılabilmesi için etkin iletişim ve işbirliğinin, bilginin, desteklerin ve yardımların sinerjik etki yaratacak şekilde yönlendirilebilmesidir (Sawant, 2023: 15, 19).

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, deprem bölgesinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunmuş kişilerin doğal afet süreçlerinde faaliyet başarısında stratejik bakış ve boyutsal etkilerinin belirlenmesidir. Bunun yanı sıra katılımcıların doğal afet süreçlerinde gönüllü faaliyetlerin önemi ve uygulamaya ne seviyede yansıdığı bağlamında algıları da belirlenmiştir.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan anket formu üç temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın bağımsız değişkenleri yaş, cinsiyet, eğitim durumu, gönüllülükte deneyim süresi ve pozisyon çerçevesinde (yönetici ve

diğer) beş soru yer almıştır. İkinci bölümde, doğal afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetlerinin önem düzeyi ve uygulamaya yansımaya düzeyi çerçevesinde iki soru yer almıştır. Üçüncü bölümde ise, doğal afet süreçlerinde faaliyet başarısında yüksek düzeyde öneme sahip olacağı öngörülen 13 önerme yer almıştır. Önermelere istatistiksel değerlendirmeler için 5’li Likert ölçeği kapsamında kesinlikle katılmıyorum için 1, katılmıyorum için 2, orta düzeyde katılıyorum için 3, katılıyorum için 4, kesinlikle katılıyorum için 5 ağırlık değeri verilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Literatür taraması sonucu oluşturulan anket, Mayıs 2023 – Eylül 2023 tarihleri arasında 6 Şubat 2023 tarihli Maraş merkezli büyük depremlerin etkilerinin yaşandığı bölge illerden gönüllülük faaliyetlerinde deneyimli 219 bireye uygulanmıştır. Araştırmada, faktör analizi, tek örnek t testi ve yapısal eşitlik modellemesine yer verilmiştir. İstatistikler SPSS ve AMOS paket programları ile gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler literatür ışığında yorumlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Temel Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

H₁: Doğal afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunan katılımcılar faktörünü önemli olarak algılanmaktadır (Araştırmanın faktörleri: f1: Davranışsal Boyut, f2: Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu, f3: Hedef Kitle Boyutu, f4: Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut)

H₂: Doğal afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunan katılımcıların algıları çerçevesinde “Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutunun”, diğer boyutlara (f1: Davranışsal Boyut, f3: Hedef Kitle Boyutu, f4: Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut) etkisi pozitif yöndedir.

4. Bulgular

4.1. Bağımsız Değişkenlere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılanların (n=219) yaş (min – max= 27-48) ortalaması ve standart sapması 40,5 ± 6,01’dir.. Kadın katılımcılar için (n=76, %34,7) için 36,4 ±6,24 ve erkek katılımcılar için (n=143, %65,3) 42,7±4,57’dir. Eğitim durumu dağılımı lise %12,3 (n=27), lisans %77,6 (n=170) ve lisansüstü %22 (n=10) şeklindedir. Katılımcıların gönüllülükteki deneyim süresi dağılımları, 1-9 yıl deneyim %64,8 (n=142), 10 yıl ve üstü deneyim %35,2 (n=77) olarak belirlenmiştir.

Diğer taraftan katılımcılara konuya açıklık getirmek ve genel algıyı belirlemek için, “Doğal afetlerde gönüllülük faaliyetleri ne düzeyde önemlidir?” ve “Uygulamada doğal afetlerde gönüllülük faaliyetleri süreçlere ne düzeyde yansıtılabilmektedir” soruları yöneltmiştir. Katılımcılar doğal afetlerde gönüllülük faaliyetlerini çok yüksek ve yüksek seviye önemli bulmaktadırlar. Ancak, göreceli olarak uygulamaya bunun daha düşük düzeyde yansıtılabildiğini düşünmektedirler (Tablo 1).

Tablo 1: Genel Algı Düzeyleri

Doğal Afetlerde Gönüllülük Faaliyetlerinin Önem Algısına Yönelik Düzey		
Düzey	n	%
Çok yüksek	98	44,7
Yüksek	121	55,3
Toplam	219	100,0
Uygulamada Doğal Afetlerde Gönüllülük Faaliyetlerinin Süreçlere Yansıtılabilme Düzeyi Algısı		
Düzey	n	%
Çok yüksek	33	15,1
Yüksek	120	54,8
Orta	44	20,1
Düşük	22	10,0
Toplam	219	100,0

4.2. Ölçüm Araçlarının Geçerlik ve Güvenirliği

Anketin, üçüncü bölümünde yer alan önermeler için faktör analizi için temel bileşenler analizi uygun görülmüştür. Kaiser-Meyer-Olkin=0,763 ve Bartlett Küresellik Testi sonucu uygun bir şekilde ortaya çıkmıştır ($\chi^2 = 3053,265$, Sd=78, p=0,000). Anti imaj korelasyon matrisinin köşegen değerleri 0,879 - 0,703 arasında değer almıştır. Bu bulgular ışığında faktör analizi gerçekleştirilmesi uygundur. Dört faktörün açıkladığı toplam varyans %73,408’dir. Toplam varyansı birinci faktör %22,054, ikinci faktör %21,424, üçüncü faktör %17,334 ve dördüncü faktör %12,596 seviyesinde açıklamaktadır. Dört faktörlük yapının Cronbach Alfa değeri 901’dir. İç tutarlılık sağlanmıştır. Bu sonuca göre ankette yer alan önermelerin işaret ettiği faktörlerin konuyu yüksek düzeyde güvenilir bir seviyede açıkladığı ortaya konulmuştur (Tablo 2). Oluşan dört faktöre içerdiği önermelere uygun şekilde “f1: Davranışsal boyut, f2: Stratejik bakış ve yeterlilik boyutu, f3: Hedef kitle boyutu ve f4: Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut” (Tablo 2).

Tablo 2: Ölçüm Aracının Geçerlik ve Güvenirliği

Doğal afet süreçlerinde faaliyet başarısında ... yüksek düzeyde öneme sahiptir	Faktör İsmi	Faktör				Cronbach Alfa	
		1	2	3	4	Genel=,901	
Motivasyonun koşullara uygun şekilde yüksek tutulması	Davranışsal boyut	,891	-,104	-,071	,085	,873	,891
Yüksek empati ile hareket etme yeteneğine sahip olma		,836	,264	,146	,089	,880	
Teknolojik olanakların etkin bir şekilde kullanılabilmesi		,621	,296	,264	-,154	,863	
Takım bilinci yaratarak takım misyonunun başarılmasına odaklanma		,544	-,124	,524	,498	,859	
Önceki süreçlerde hazırlıkların (eğitim, tatbikat vb.) yeterliliği	Stratejik bakış ve yeterlilik boyutu	,012	,899	-,034	,215	,889	,893
Gerekli liyakata sahip olma ve bu kapsamda sürekli gelişme		,138	,795	,201	,092	,878	
Stratejik yönetim anlayışının benimsenmesi ve süreçlere yansıtılması		-,007	,706	,433	-,118	,879	
Liderlik çerçevesinde üst düzey koordinasyonun sağlanması		,388	,537	,069	,228	,890	
Hedef kitleye yönelik faaliyetlerde sürdürülebilirliğin sağlanması	Hedef kitle boyutu	,023	,081	,845	-,005	,871	,886
Hedef kitlenin acil, orta ve uzun dönemli beklentilerinin karşılanması		,093	,301	,761	,355	,879	
Hedef kitle ile katılımcı bir sürecin gerçekleştirilmesi		,393	,452	,563	,222	,866	
Aynı ve nakdi olanakların yeterliliği	Paydaş ilişkileri ve Finansal Boyut	-,041	,260	,199	,831	,878	,881
Etkin paydaş ilişkilerinin süreçlere yansıtılması		,598	,075	,001	,604	,868	

4.2. Faktörlere Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında tüm faktörler için H_1 hipotezi (Doğal afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunan katılımcılar faktörünü önemli olarak algılanmaktadır) kabul edilmiştir. Katılımcılar f1: Davranışsal Boyut, f2: Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu, f3: Hedef Kitle Boyutu, f4: Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut faktörlerini ileri düzeyde önemsemektedir (Tablo 3).

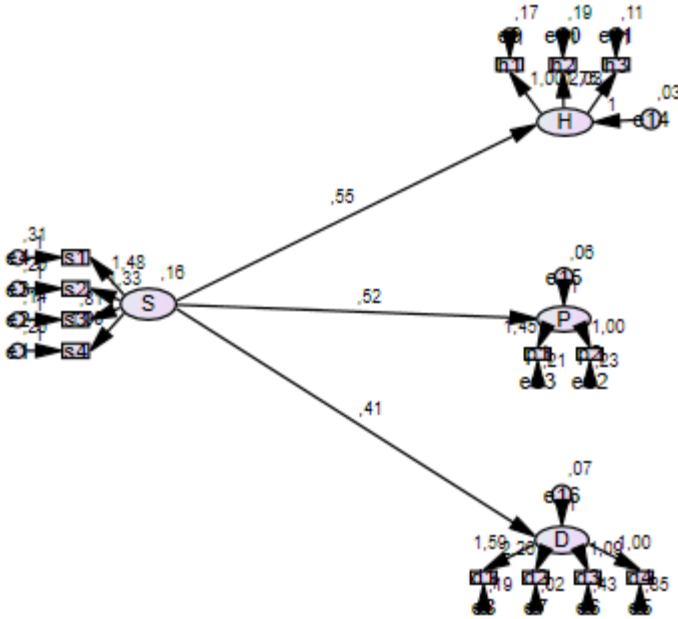
Tablo 3: Faktörlere Yönelik Tek Örnek t Testi

Faktör	n	$\bar{x} \pm s$	Test Değeri = 3	
			t	p
Davranışsal Boyut (f1)	219	4,4±,55	39,706	,000
Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu (f2)	219	4,2±,59	29,701	,000
Hedef Kitle Boyutu (f3)	219	4,4±,50	41,515	,000
Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut (f4)	219	4,2±,51	35,993	,000

Yapısal eşitlik sonucunda, Tablo 4’de görüldüğü gibi H_2 hipotezi (Doğal afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunan katılımcıların algıları çerçevesinde “Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutunun”, diğer boyutlara etkisi pozitif yöndedir) yüksek düzeyde önemli bulunmuştur (Tablo 4). Modelde katsayılar incelendiğinde Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutunun sırasıyla en yüksek düzeyden göreceli olarak daha düşüğe doğru etki boyutu Hedef Kitle Boyutu (H), Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut (P), Davranışsal Boyut (D) şeklindedir. Ayrıca CMIN/DF=4,491, GFI=0,904, NFI=0,914, CFI=0,93 ve RMSEA=0,0787 değerleri ise modeldeki uyumun kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir (Şekil 1).

Tablo 4: Yapısal Eşitlik Bulguları

Faktör	Yol	Faktör	β	Standart Hata	Kritik Oran	p	Sonuç
Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu (S)	--->	Hedef Kitle Boyutu (H)	,549	,089	6,141	,001	Kabul
Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu (S)	--->	Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut (P)	,519	,111	4,685	,001	Kabul
Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu (S)	--->	Davranışsal Boyut (D)	,409	,086	4,751	,001	Kabul



Şekil 1: Stratejik Bakış ve Yeterlilik Boyutu (S) ile Hedef Kitle Boyutu (H), Paydaş İlişkileri ve Finansal Boyut (P), Davranışsal Boyut (D) Kapsamında Yapısal Eşitlik Modeli

5. Sonuç

Doğal afetler, adeta günlük yaşamı şok edici bir şekilde sarsıcı ve zorlayıcı şekilde alt üst etmektedir. Sahip olunun güç, olanak ve hazırlık ne düzeyde olursa olsun doğal afetlerin, oluşumunun engellenmesi olanağı bulunmamaktadır. Doğal olarak bu gerçeklikten tedbirsizlik ve kadercilik sonucu çıkarılmamalıdır. Tam tersine bilimsel bir yaklaşımla ve tüm aktörlerle koordineli bir şekilde gerekli hazırlıkların çok yönlü ve boyutlu çerçevede ortaya konulması önerilebilir. Burada bağlayıcı unsur ise stratejik bir gönüllülük bakış açısı olacaktır. Çünkü ortaya çıkan durumlar stratejik olarak gönüllülüğün normal zamanlara göre daha da itici bir güç olarak ortaya çıktığını gösterebilecektir.

Bu çerçevede, çalışma bulguları katılımcıların afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetleri kapsamında stratejik bakış ve yeterliliği, davranışsal boyutu, hedef kitle boyutunu ve paydaş ilişkileri ve finansal boyutu yüksek düzeyde önemsediklerini ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan, çalışma bulguları ayrıca afet süreçlerinde gönüllülük faaliyetleri kapsamında stratejik bakışın yeterlilikle bütünleşerek davranışsal boyutu, hedef kitle boyutunu ve paydaş ilişkileri ve finansal boyutu pozitif yönde önemli bir seviyede etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, *stratejik bakış çerçevesinde*, liderliği koordinasyonu gerçekleştirici biçimde stratejik bir bakış açısı ile ortaya koyma, stratejik anlayışı tüm süreçlerde benimseme ve sahiplenme, bu çerçevede eğitim süreçlerini stratejik bir şekilde yönlendirme, stratejik bakış açısıyla liyakatı geliştirme yapıldığında; *davranışsal boyutta* gönüllülük motivasyonunun, empati yönelimli katkıların, etkin teknoloji kullanımının, etkin gönüllü takım çalışmalarının gerçekleştirilmesi, *hedefkitle boyutunda* gönüllülük hedef kitleye yönelik faaliyetlerde sürdürülebilirliğin sağlanması, hedef kitlenin acil, orta ve uzun dönemli beklentilerinin karşılanması, hedef kitle ile katılımcı bir sürecin gerçekleştirilmesinin, *paydaş ilişkileri ve finansal boyutta* etkin ve sürdürülebilir paydaş ilişkilerinin süreçlere yansıtılmasının, sağlanmasının, katılımcı bir paydaşlık sürecinin yapılandırılması ve sürdürülebilmesinin, gerekli ayni/ nakdi yardımların sağlanabilmesinin stratejik bir çerçevede konumlandırılmasına olanak verilmiş olacaktır.

Araştırma bulguları diğer bir açıdan ise, doğal afetlerde gönüllülük faaliyetlerini çok yüksek ve yüksek düzeyde önemsenmesi gerektiğini ancak göreceli olarak uygulamaya bunun beklenen şekilde yansımayaabileceğini de katılımcı görüşleri çerçevesinde ortaya koymuştur. Bu çerçevede, tüm kurum ve kuruluşların ve toplumda yer alan her türlü aktörün algı farkındalığı yaratacak şekilde doğal afetlerde gönüllülük faaliyetlerine katkı sağlamaları konusunda bilinçlendirici çabaları önem arz edebilecektir.

Araştırma sınırlı sürede, sınırlı kaynak ve kişiler çerçevesinde mütevazı olanaklarla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma bulguları itibariyle hem ülkemiz hem de diğer ülkelerin bir gerçeği olan ve gelecekte de olacak olan hassas bir konu yani doğal afetlerden en zararla çıkmaya yönelik katkıları benimsemektedir. Bu nedenle ileriki yapılacak çalışmalara ve toplumsal konulara bazı açılımlar getirilmiş olduğu da belirtilebilir.

Kaynakça

AFAD, Afet ve Acil Durum Başkanlığı. Açıklamalı Afet Yönetimi Terimleri Sözlüğü, <https://www.afad.gov.tr/kitaplar>, (Erişim Tarihi 09.10.2023).

Athapaththu, H.K.S. Hanasini, An Overview of Strategic Management: An Analysis of the Concepts and the Importance of Strategic Management, International Journal of Scientific and Research Publications, 6(2), 2016: 124-127.

Carter, W. N., *Disaster Management A Disaster Manager's Handbook*, Asian Development Bank, Printed in the Philippines, 2008.

Central Board of Secondary Education (CBSE), *Natural Hazards and Disaster Management*. Delhi: Preet Vihar, 2006'dan aktaran Khan ve Khan, 2008, <https://www.mnmk.ro/documents/2008/2008-6.pdf>, (Erişim Tarihi 09.10.2023).

Fallah, S. ve Nejad, J. H., *The Role of Non-Governmental Organizations in Disaster Management: A Case study of Bam Earthquake, Iran*, *J Disaster Emerg Res*, 1(1), 2018: 43-50

Grant, Robert M. ve Jordan, Judith, *Stratejilerin Temelleri*, Çev: Gamze Sart, Nobel Yay., Ankara, 2014.

Ireland, R.D. ve Hitt, M.A. (2005). *Achieving and Maintaining Strategic Competitiveness in the 21st. Century: The Role of Strategic Leadership*. *Academy of Management Executive*, 19(4), 63-74.

Khaledi, H., A. M., Milad, P.,Mahmoudreza, R., Rita, *Non-Governmental Organizations (NGOs) in Disaster Management: A Qualitative Study*, *Trauma Monthly* 2023; 28(1): 678-686.

Kirkpatrick, Shelley A., *Visionary Leadership Theory*, *Encyclopedia of Leadership*, Sage Publications, 2011.

Malik, A. Raza ve Singh, Parbudyal, *Transformational Leadership and Cultural Minorities: A Conceptual Model*, *European Business Review*, 29(5), 2016: 500-514.

Mondal, D., Chowdhury, S. and Basu, D., *Role of Non Governmental Organization in Disaster Management*, *Research Journal of Agricultural Sciences*, 6, 2015: 1485-1489.

Moore, M.H., *Managing for Value: Organizational Strategy in For-Profit, Nonprofit, and Governmental Organizations*, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29 (1), 2000: 183-204.

NDMAGI, *Role of NGOs in Disaster Management*, *National Disaster Management Guidelines*, India, New Delhi, 2010.

Rehnborg, S. J., Bailey, W.L., Moore, M., Sinatra, C., *Strategic Volunteer Engagement A Guide for Nonprofit and Public Sector Leaders*, OneStar Foundation, Austin, Texas, 2009.

Sammur-Bonnici, T., *Strategic Management*, *Wiley Encyclopedia of Management*, edited by Sir Cary L Cooper, John Wiley & Sons, Ltd, 2014.

Sawant, R.K., *Role Of NGOs in Disaster Management And Sustainability*, *Epitomejournals*, 9(3), 2023: 12-22.

Sun, Rusi ve C. Henderson, Alexander, Transformational Leadership and Organizational Processes: Influencing Public Performance, *Public Administration Review*, 77(4), 2016: 554-565

Sun, Rusi ve Wang, Weijie, Transformational Leadership, Employee Turnover Intention, and Actual Voluntary Turnover In Public Organizations, *Public Management Review*, 19(8), 2017: 1124-1141.

TMMOB İMOAŞ, Rapor – 1 Afet Yönetimi Bilgi Kitapçığı, Hazırlayan: İMO Ankara Şubesi Afet Hazırlık Ve Müdahale Komisyonu, TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası Ankara Şubesi Yay., https://imop.imo.org.tr/resimler/dosya_ekler/76bb2697ef75e44_ek.pdf, (Erişim Tarihi 20.09.2023).

Oxford Advanced Learner's Dictionary, Definition of disaster noun from the Oxford Advanced Learner's Dictionary, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/disaster?q=disaster>, (Erişim Tarihi: 10.10.2023).

BÖLÜM II

KİŞİ BAŞI MİLLİ GELİR VE YOLSUZLUK ARASINDAKİ İLİŞKİ: POST-SOVYET ÜLKELER ÜZERİNDEN BİR PANEL VERİ ANALİZİ ÖRNEĞİ

The Relationship Between GDP Per Capita and Corruption in Post-Soviet Countries: A Panel Data Analysis

Dilara ÖZEL

(Arş. Gör.) Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü,
İktisat Tarihi Anabilim Dalı – TÜRKİYE,
E-mail: dozel@bandirma.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9337-384X

1. Giriş

İktisadi olarak küreselleşme yeni-sağ olarak adlandırılan neoklasik okulun ideolojisinden meydana gelen bir iktisat politikaları bütünü olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşmenin kaynağı olarak Petrol Krizi ve dünyada iktisadi dengelerin değiştiği yerini neoliberal politikalara bıraktığı 1970’li yıllar gösterilmektedir (Kazgan,2010: 172).

1980’ den itibaren neoliberal politikalar dünya ekonomisine hâkim olmaya başlamıştır. Küreselleşmeye ayak uydurmaya çalışan ülkeler de kendi ekonomik politikalarını bu yönde oluşturmuştur. SSCB de yeni ekonomi politikalarıyla diğer ülkeler ile entegre olabilmek için çeşitli uygulamalara adım atmıştır. 1986 yılında Gorbaçov tarafından yürütülen *açıklık* (glasnos) ve *yapılanma* (perestroika) politikalarının başarısızlık ile sonuçlanması Sovyet ülkelerinin bağımsızlığını ilan etmesine zemin hazırlamıştır (Gürbüz ve Yoğurtçu, 2020:963). 26 Aralık 1991 tarihinde birliğin dağılması sonucu 15 bağımsız devlet kurulmuştur. Bu devletler; Azerbaycan, Belarus, Ermenistan, Estonya,

Gürcistan, Kazakistan, Kırgızistan, Letonya, Litvanya, Moldova, Özbekistan, Rusya, Tacikistan, Türkmenistan ve Ukrayna' dır (Gürbüz ve Karabulut, 2008:2).

SSCB' nin dağılmasından sonra bu ülkelerde yüksek enflasyon, işsizlik, devlet güdümünde işletilmesi gereken yerlerin özelleştirilmesi sosyal ve iktisadi sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sorunlar içerisinde yolsuzluk da yer almaktadır. Yolsuzluk hem ahlaki hem de siyasi ve iktisadi bir saiktir.

2. Teorik Arka Plan

Yolsuzluk; etik dışı ve yasal olmayan yollar ile kamu gücünün kötüye kullanılmasıdır (The World Bank, 1997:8). Yolsuzluk kavramı demokratik yönetimin zayıf, ekonomik kalkınma ve geleceğe dair beklentilerin düşük, açlık ve yoksulluk sınırının yüksek, sosyal ayrışma ve gelir dağılımında eşitsizliğin yüksek olduğu bir durum olarak açıklanmaktadır (<https://www.transparency.org/en/what-is-corruption>). Yolsuzluk olgusunun olduğu ülkelerde kayıtdışı ekonomi fazladır. Mevcut yasalar yetersiz ve yasaların uygulanabilirliği sınırlıdır. Bu durum hem yerli hem de yabancı girişimcilerin yatırımlarını bu ülkeden çekme ya da başka bir ülkeye yatırım yapma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Devletin gelir kaynaklarının azalması ve yolsuzluğun ortaya çıkardığı kurumlardaki yozlaşma yeterli kamu harcamalarının yapılmasını engellemek ile birlikte elde edilen kamusal gelirlerin doğru ve üretken bir şekilde kullanılmaması verimliliği etkilemektedir. Verimliliğin azalması ülke vatandaşlarının satın alma gücünü azaltmakta ve sosyal, siyasi, iktisadi düzlemde çeşitli sorunları meydana getirmektedir.

Yolsuzluk kavramının ampirik olarak hesaplanabilmesinde değişkenlerin doğru seçilmesi ve değerlendirilmesi önem arz etmektedir. 2000 yılında Robert Klitgaard, Ronald Maclean-Abaroa ve H. Lindsey Parris yolsuzluğu ölçmek için bir formül geliştirmişlerdir. Bu formül ise aşağıdaki gibidir (Klitgaard, Maclean-Abaroa, Parris, 2000:26):

$$C = M + D - A$$

C: Corruption (Yolsuzluk)

M: Equals Monopoly Power (Tekelci Güç)

D: Discretion by Officials (Memurların Karar Yetkisi)

A: Minus Accountability (Hesap verilebilirlik)

Klitgaard' nin yolsuzluğu ölçmek için ortaya koymuş olduğu bu formülde eğer memurlar karar yetkisini kötüye kullanıyorsa, tekelci güç hâkim güç ve hesap verilebilirlik düşük ise sosyal ve iktisadi anlamda yolsuzluk meşru hale

gelmektedir. Bu durum devlet mekanizmasının tam ve doğru çalışmadığını, gelir dağılımındaki eşitsizliğin arttığını ifade etmektedir. Yolsuzluğu salt siyasi bir zeminde ele almak doğru değildir. Yolsuzluğun sosyal, kültürel ve ekonomik boyutta da önemli etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler; fakirleşme, toplumsal yozlaşma, kamu kurum ve kuruluşlarında bozulma, kamu çalışanlarının liyakatsiz seçimi sonucu hesap verilebilirliğin ve denetim yapabilmenin azalması şeklinde sıralanabilir. Yolsuzluğun gerçekleştiği ekonomilerde memurların rüşvet ile işleri halletmesi, kanundışı işlemler, refah seviyesinde azalma ve yüksek ve ağır vergilendirme söz konusudur. Bu etkilerin yarattığı makro ekonomik sorunlardan birisi de kişi başı milli gelirdir. Kişi başı milli geliri etkileyen faktörlerden birisi kamu harcamaları gösterilmektedir. Literatürde kişi başı milli gelir ile kamu harcamaları arasındaki ilişkiyi ilk ortaya koyan Adolph Wagner' dir. Wagner Yasası' na göre kişi başı milli gelir ile kamu harcamaları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (Wagner, 1958:1). Barro ise kişi başı milli gelirdeki büyüme oranı ile kamu harcamalarının milli gelirdeki payı arasında negatif yönlü bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur (Barro, 1991:407).

Yolsuzluğu belirleyen unsurlar dört farklı kategoride ele alınmaktadır. Bu kategoriler; ekonomik, bürokratik, coğrafi ve politik belirleyiciler olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmada yolsuzluğu belirleyen ekonomik belirleyiciler olarak kamu harcamaları, kişi başı milli gelir ve iş yapabilme kolaylığı endeksi; bürokratik ve politik belirleyiciler kapsamında ise yolsuzluk algı endeksi kullanılmıştır.

3. Literatür

Yolsuzluk ile ilgili farklı yöntem ve veri seti ile yapılmış çalışmalar mevcuttur. Yolsuzluğun, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde daha sık gerçekleştiği düşüncesi ile seçilen ülke grupları bu kategori içerisinde yer almaktadır. Yolsuzluğun ölçülmesi matematiksel olarak zor olsa bile yolsuzluk algısını ölçmek mümkündür. Yolsuzluğun belirleyicisi olan endeksler Uluslararası Şeffaflık Örgütü tarafından yolsuzluk algılama endeksi, küresel yolsuzluk barometresi, rüşvet verme endeksi olarak sıralanabilmektedir (<https://www.transparency.org/en>). Yolsuzluk ile kişi başı milli gelir arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda kişi başı milli gelir ile yolsuzluk arasındaki ilişkiyi sınavan ampirik çalışmalar içerisinde kimisi istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki kurarken kimisi aralarında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Literatürde yer alan çalışmalarda genel olarak beklenti yolsuzluk ile kişi başı milli gelir arasında negatif yönlü bir ilişki üzerine kuruludur. Mevcut literatürde kişi başı milli gelir, yolsuzluk algı endeksi, iş yapabilme kolaylığı endeksi ve kamu harcamaları üzerine ayrı ayrı ve farklı değişkenler ile yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda içerisinde Post Sovyet Ülkelerin ya ayrı ayrı incelendiği ya da farklı değişkenler ile bir analize tabi tutulduğu görülmektedir. Ancak kullanılan değişkenler ve ülke grubu ile yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ile Post-Sovyet Ülkelerde ekonomik büyümeyi etkileyen faktörlerden biri olan kişi başı milli gelir ve yolsuzluk arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır.

Sandholtz ve Koetzl (2000) 1996 verilerini kullanarak 54 ülkeyi incelemiştir. Analiz sonucunda düşük gelir gruplarında ve bürokrasinin genişlemesi sonucunda yolsuzluğun arttığını tespit etmiştir.

Paldam (2001) 100 ülke için 1999 verileri ile yaptığı analiz sonucunda düşük kişi başı milli gelire sahip ülkelerde yüksek yolsuzluk olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tosun (2003) 44 ülke için Rassal Etkiler Sıralı Probit Modeli kullanarak yolsuzluk düzeyini belirleyen faktörleri analiz etmiştir. Yolsuzluğu belirleyen faktörler olarak kanun hakimiyeti, bürokratik kalite, genel devlet harcamalarının GSYH' deki payı, kentsel nüfus artışı, ekonomik büyüme oranı, ücret ve maaşların toplam kamu harcamalarındaki payı ve enflasyon oranını seçmiştir. 1982-1995 yıllarına ait veriler ile yapılan analiz sonucunda kentsel nüfus artışı değişkeni hariç diğer değişkenlerin yolsuzluk ile aralarında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özcan (2012) OECD üyesi 33 ülke için 2000-2010 yıllarına ait veriler ile panel veri analizi yapmıştır. Bağımlı değişkeni yolsuzluk algı endeksi ve bağımsız değişkenleri; kişi başı milli gelir, devletin ekonomideki payı, ticari açıklık düzeyi, gelir eşitsizliği, demokratik özgürlük, ekonomik özgürlük ve doğal kaynak zenginliği olarak seçmiştir. Pesaran CD Test ve Wald Testi sonucu yolsuzluktaki 1 birim azalışın kişi başı milli geliri 0.466 birim artırdığını tespit etmiştir.

Akça vd. (2012) 97 ülkeyi 2002-2010 yıllarına ait veriler ile panel veri analizine tabi tutmuştur. Analizde ülkeleri üç farklı gelir grubuna ayırmışlardır. Sonuç olarak kişi başı milli gelir ile yolsuzluk arasındaki ilişki yüksek gelir grubunda negatif iken düşük gelir grubunda pozitif yönlü bir ilişkiye sahiptir. Yani yolsuzluğun yüksek olduğu ülkelerde kişi başı milli gelir düşüktür.

Bai (2013) Vietnam için ankete dayalı bir çalışma yapmıştır. 2006-2010 yıllarına ait veriler ile 13 binden fazla Vietnam firmasını incelemiştir. Ekonomik büyümeyi kişi başı milli gelir ile ilişkilendirmiş ve yolsuzluktaki azalmanın kişi başı milli geliri ve ekonomiyi pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Yakışık ve Çetin (2014) 142 ülke için 2012 yılları için yatay kesit analizi yapmıştır. Yolsuzluk ile kişi başı milli gelir istatistiksel olarak anlamlı çıkmış olup kamu harcamalarının negatif yönde etkilendiği tespit edilmiştir. Yolsuzlukta gerçekleşen 1 birimlik artış kişi başı milli geliri %1 anlamlılık düzeyinde 0.000531 birim azaltırken kamu harcamalarını 0.051162 birim artırmaktadır.

Algan vd. (2014) Türkiye'ye ait 1980-2011 yıllarına ait verileri kullanarak Augmented Dickey Fuller (ADF), Phillips Perron (PP) birim kök testleri ve VAR analizi yapmıştır. Çalışmalarında bağımlı değişken kişi başı milli gelir olup bağımsız değişken olarak da eğitim durumları kullanılmıştır. Analiz neticesinde eğitim seviyesi yükseldikçe yolsuzluk azalmakta ve ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir.

Konu ve Ata (2016) 28 AB ülkesi ve Türkiye için 2014 yılına ait verileri kullanarak yatay kesit analizi yapmıştır. Modelde yolsuzluk algı endeksi bağımlı değişken olup bağımsız değişkenler kişi başına düşen milli gelir, ekonomik büyüme oranı, enflasyon oranı ve ekonomik özgürlüktür. Elde edilen sonuçlara göre kişi başına düşen milli gelirdeki 1 birimlik artışın yolsuzluk algı endeksinde 2.281215 birimlik bir artış yaratmakta yani yolsuzluk azalmaktadır.

Becherair ve Tahtane (2017) 1996-2012 yıllarına ait verileri kullanarak MENA ülkelerini Granger Nedensellik Testi ile sınamıştır. Değişkenleri yolsuzluk algı endeksi ve insani gelişmişlik endeksi olarak belirlemiştir. Testin sonucunda nedensellik tek yönlü olup MENA ülkelerinde insani gelişmişlik endeksi arttıkça yolsuzluğun artış gösterdiğini aralarında negatif korelasyon olduğunu ortaya koymuştur.

Mukherjee (2018) 138 ülke için 1984-2003 verilerini incelemiştir. Analiz sonunda yolsuzluk ile kişi başı milli gelir arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Alsarhan (2019) 8 Orta Doğu ülkesi için 2012-2018 yıllarına ait verileri kullanarak panel veri analizi yapmıştır. İki regresyon modeli kurmuş iktisadi ve iktisadi olmayan değişkenler üzerinden yolsuzluğu açıklamaya çalışmıştır. Yolsuzluk algı endeksi bağımlı değişken olup iktisadi değişkenler; ekonomik özgürlük endeksi, doğrudan yabancı yatırımlar, ekonomik büyüme oranı, kişi başı milli gelir, enflasyon oranı ve ticari açıklıktır. İktisadi olmayan değişkenler ise demokrasi endeksi, eğitim durumu endeksi, kadın işgücü, özgürlük endeksi, insani kalkınma endeksi, toplam nüfus olarak belirlenmiştir. Yapılan ampirik

çalışma sonucunda yolsuzluk algı endeksi ile kişi başı milli gelir arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yolsuzluktaki 1 birimlik azalış kişi başı milli geliri 0.770624296 birim artırmaktadır.

Rahimzadeh vd. (2021) İslam İş Birliği Teşkilatı üyesi ülkelere ait 2002-2020 yıllarına ait verileri kullanarak önce Cup-FM Modeli yöntemi ile güvenilirlik testi yapmış ardından panel veri yöntemi ile sınımıştır. Test sonucunda yolsuzluk ile kişi başı milli gelir arasında ters yönlü bir ilişkisi sonucuna ulaşmıştır.

4. METODOLOJİ

Çalışmada 15 Post Sovyet Ülke içerisinde 13 ülke seçilmiştir. Veri eksikliğinden dolayı Tacikistan ve Türkmenistan kurulan modele dahil edilmemiştir. Model 2014-2019 yıllarına ait veriler ile kurulmuştur.

Tablo 1: Değişkenler, Tanımları ve Kaynakları

Bağımlı Değişken	Tanım	Kaynak
Kişi Başı Milli Gelir	lnppp	https://www.worldbank.org/en/home
Bağımsız Değişken	Tanım	Kaynak
Yolsuzluk Algı Endeksi	lncorp	https://www.transparency.org/en/cpi/2020
Kontrol Değişkenler	Tanım	Kaynak
İş Yapabilme Kolaylığı Endeksi	lnbuss	https://www.prosperity.com
Kamu Harcamaları	lncons	https://www.worldbank.org/en/home

Modelde dört değişken bulunmaktadır. Değişkenlerin açıklamaları ise şu şekildedir:

lnppp: Bağımlı değişken olarak belirlenen kişi başı milli gelirin kısaltmasıdır. Dünya Bankası verilerinden yararlanılmıştır. Veriler cari \$ bazında seçilmiştir.

lncorp: Bağımsız değişkendir. Yolsuzluk algı endeksini açıklamaktadır. Uluslararası Şeffaflık Örgütü verilerinden yararlanılmıştır. Yolsuzluk algı endeksi belirlenirken 0-100 arasında puanlama yapılmaktadır. Yolsuzluk algı endeksi 0'a yaklaşan ülkelerde yolsuzluğun arttığı 100'e yaklaştıkça yolsuzluğun azaldığı kabul edilmektedir.

lnbuss: Kontrol değişkendir. İş yapabilme kolaylığı endeksinin kısaltmasıdır. Veriler Legatum Institue' den alınmıştır. İş yapabilme kolaylığı endeksi belirlenirken 0-100 arasında puanlama yapılmaktadır. İş yapabilme kolaylığı endeksi 0'a yaklaşan ülkelerde yatırımların azaldığı ve o ülkenin

tercih edilmediği 100' e yaklaştıkça yatırımların arttığı ve o ülkenin yatırımcılar tarafından tercih edildiği kabul edilmektedir (Legatum Institute, 2017:49).

Incons: Kontrol değişkendir. Devletin yapmış olduğu kamu harcamalarını açıklamaktadır. Dünya Bankası verilerinden yararlanılmıştır. Veriler cari \$ bazında seçilmiştir.

Model için belirlenen değişkenlerin minimum ve maksimum noktaları arasındaki farktan kaynaklı her değişkenin logaritması alınmıştır. Bu yüzden model tam logaritmiktir.

Belirlenen değişkenler ile kurulan model ise aşağıdaki gibidir:

$$\ln ppp_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln corp_{it} + \beta_2 \ln buss_{it} + \beta_3 \ln cons_{it} + u_{it}$$

Model için araştırma yöntemi olarak panel veri analizi seçilmiştir. Panel veri analizi; daha fazla değişkeni, değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyebilme imkânı veren ve diğer yöntemlere göre daha açıklayıcı ve bilgilendirici olduğu için seçilmiştir (Baltagi, 2005:5).

Modelde N birim boyutunu T ise zaman boyutunu göstermektedir. Birim boyutu ülkeler zaman boyutu ise yıllardır. U_{it} ise hata terimini göstermektedir. 13 ülke 2014-2019 yılları arasında incelenmiş olup gözlem sayısı 78' dir.

5. Ampirik Bulgular

Modele ait hesaplamalar için “STATA 17” programı kullanılmıştır. Post Sovyet Ülkeler’ de yolsuzluğun kişi başı düşen milli gelire olan etkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Kurulan hipoteze göre modelde kullanılan değişkenlerin kişi başı milli geliri etkileme yönü şu şekilde tahmin edilmiştir:

- Yolsuzluk algı endeksindeki artış (yolsuzluğun azalması $\cong 100$) kişi başı milli geliri artırır. (Negatif yönlü)
- İş yapabilme kolaylığı endeksindeki artış (iş yapma kolaylığı $\cong 100$) kişi başı milli geliri artırır. (Negatif yönlü)
- Kamu harcamalarındaki artış kişi başı milli geliri artırır. (Negatif yönlü)

Değişkenlere ait özet istatistikler aşağıdaki gibidir:

Tablo 2: Özet İstatistikler

Değişken	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Hata	Minimum	Maksimum
lnppp	78	9.662.807	.5886049	8.346.405	1.055.948
lncorp	78	3.615.118	.3618904	2.890.372	4.304.065
lnbuss	78	4.022.277	.1579396	3.736.479	4.368.434
lncons	78	2.266.101	1.416.415	2.083.966	2.664.008

Tablo 2.' ye göre her değişken için gözlem sayısı 78' dir. Ortalamadan sapmanın bir göstergesi olarak standart hatanın en yüksek olduğu değişken kamu harcamalarıdır. Ortalamalara göre 13 ülke için kişi başı milli gelirin ortalaması 9.66; yolsuzluk algı endeksinin ortalaması 3.6; iş yapabilme kolaylığı endeksinin ortalaması 4.02 ve kamu harcamalarının ortalaması 22.66' dır.

Modele ait özet istatistik bilgilerden sonra çoklu doğrusal bağlantının varlığı sınanmıştır. Modeldeki bağımsız değişkenlerin kendi aralarında doğrusal ilişkiler olmaması sapmasız tahminler elde edilmesi için önemlidir. Panel veri modellerinde bağımsız değişkenler arasında korelasyon durumunu da göstermesi açısından çoklu doğrusal bağlantı probleminin sınanması gerekmektedir (Tatoğlu, 2021:274). Çoklu doğrusal bağlantı problemi testi için Varyans Büyütme Faktörü (VİF) adı verilen yöntem kullanılmaktadır. VİF değeri 5'ten küçükse çoklu doğrusal bağlantı problemi yoktur; büyükse vardır şeklinde yorumlanmaktadır (Tatoğlu, 2021:275).

Tablo 3: Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi

Değişken	VIF	1/VIF
Incorp	4.53	0.220913
Inbuss	4.32	0.231267
Incons	1.10	0.904986
Ortalama VİF	3.32	

VİF Kriterine' ne göre değer $3.32 < 5$ olduğu için H_0 reddedilmektedir; modelde çoklu doğrusal bağlantı problemi bulunmamaktadır.

HEKK'in temel varsayımlarından bir diğeri ise birim ve/veya zaman etkilerinin varlığıdır. Bu nedenle klasik modelin geçerliliği ve gözlenemeyen etkilerin varlığının sınanması gerekmektedir (Tatoğlu, 2021: 10) Gözlenemeyen etkilerin varlığını sınamak için F Testi, Breusch-Pagan LM Testi ve Olabilirlik Oran (LR) Testi uygulanmıştır.

Tablo 4: Zaman ve Birim Etkinin Sınanması

	F Testi	Breusch-Pagan LM Testi	Olabilirlik Oran (LR) Testi
Birim Etki (prob)	0.0000	0.0000	0.0000
Zaman Etki (prob)	0.9570	0.8355	1.0000

Tablo 4.' teki sonuçlara göre birim etkilerin sıfıra eşit olduğunu kabul eden H_0 hipotezi reddedilmiş ve modelde birim etkilerin etkin olduğu sonucuna

ulaşmıştır. Zaman etkilerinin standart hatalarının sıfıra eşit olduğunu kabul eden H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Modelde zaman etkilerin etkin olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri arasındaki temel fark birim etkilerin bağımsız değişken ile korelasyonlu olup olmadığıdır. Sabit etkiler tahmincisi birim etkiyi modelden düşürmekte iken tesadüfi etkiler tahmincisi birim etkiyi hata teriminin içerisinde tahmin sürecine dahil etmektedir. Bu durumda model için sabit etkiler tahmincisi ile tesadüfi etkiler tahmincisi arasında tercih yapmak ve birim etkilerin bağımsız değişken ile korelasyonlu olup olmadığını belirlemek gerekmektedir (Tatoğlu, 2021:195). Bunun için birim etkinin varlığı altında en uygun tahminciyi seçmek için Hausman Testi yapılmıştır.

Tablo 5: Hausman Testi Sonucu

Katsayı Değerleri		
Değişkenler	<i>Sabit Etkiler Modeli</i>	<i>Tesadüfi Etkiler Modeli</i>
Incorp	.2679753	.3303953
Inbuss	1.34063	1.691423
Incons	.7402521	.6046754
chi2 (3)=	5.09	
Prob>chi2	0.1660	

Hausman Testi' nde (1978) H_0 hipotezi “*bağımsız değişkenler ile hata terimi arasında korelasyon yoktur*” şeklinde kurulmaktadır. Test sonucunda $prob > 0.05$ olduğu için H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Tesadüfi etkiler modeli anlamlıdır. Model tek yönlü birim etkinin tesadüfi olduğu tesadüfi etkiler modelidir. Modelin yönü, birim/zaman etkilerden hangisi etkin ve sabit/tesadüfi etkiler tahmincisine karar verdikten sonra varsayımdan sapmaya dayalı testler yapılmıştır. Bu testler; normal dağılım, heteroskedasite, birimler arası korelasyon ve otokorelasyondur. Hata terimlerinin normal dağıldığı saptanmıştır.

Tesadüfi etkiler modelinde heteroskedasitenin varlığını sınamak için Levene, Brown ve Forsythe (1974) ' nin testleri kullanılmıştır. H_0 hipotezi “*değişkenler arasında heteroskedasite yoktur*” şeklinde kurulmuştur. Testte H_0 hipotezi kabul edilmiş ve heteroskedasitenin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6: Heteroskedasite Varsayımı

Testin Adı	Olasılık Değeri
Levene	Pr>F = 0.18780926
Brown	Pr>F = 0.88673762
Forsythe	Pr>F = 0.18780926

Tesadüfi etkiler modelinde birimler arası korelasyonun varlığını sınamak için Pesaran, Friedman ve Frees' in testleri kullanılmıştır. H_0 hipotezi “birimler arası korelasyon yoktur” şeklinde kurulmuştur.

Tesadüfi etkiler modelinde Pesaran' ın olasılık değeri 0.05'ten küçük çıkmıştır. Bu sonuca göre H_0 hipotezi reddedilir. Birimler arası korelasyon vardır. Friedman' ın olasılık değeri 0.05' ten büyük çıkmış H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Birimler arası korelasyon yoktur. Frees' in test istatistiği kritik değerlerinden büyük çıktığı için H_0 hipotezi yine reddedilmiştir. Birimler arası korelasyon vardır. Testler sonucunda birimler arası korelasyonun var olduğu kabul edilir.

Tablo 7: Birimler Arası Korelasyon Varsayımı

Testin Adı	Test İstatistikleri	Olasılık Değeri
Pesaran	2.661	Pr = 0.0078
Friedman	11.813	Pr = 0.4608
Frees	4.883	
	Kritik Değerler alpha = 0.10 : 0.4127 alpha = 0.05 : 0.5676 alpha = 0.01 : 0.9027	

Tesadüfi etkiler modelinde otokorelasyonu sınamak için Bhargava, Franzini ve Narendranathan' ın Durbin-Watson (DW) Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez (LBI) Testi kullanılmıştır. H_0 hipotezi “değişkenler arasında otokorelasyon yoktur” şeklinde kurulmuştur. Kritik değerler her iki modelde de 2' den küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir. Modelde birinci mertebeden otokorelasyon vardır.

Tablo 8: Otokorelasyon Varsayımı

Testin Adı	Kritik Değerler
Modified Bhargava et al. Durbin-Watson	.5747682
Baltagi - Wu LBI	1.1138873

Modelde birimler arası korelasyonun ve otokorelasyonun varlığından dolayı nihai model için Driscoll-Kraay (1998) dirençli tahmincisi kullanılmıştır.

Tablo 9: Nihai Model

Gözlem Sayısı = 78		Prob>chi2= 0.0000		
Wald chi2(3) = 2003.36		R ² = 0.8217		
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t istatistiği	Olasılık Değeri
lnCorp	.3303953	.1180262	2.80	0.038
lnbuss	1.691423	.0912499	18.54	0.000
lncons	.6046754	.1126699	5.37	0.003
sabit	-4.28593	1.235051	-3.47	0.018

Bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken olan lnppp' yi açıklama gücü %82 olarak çıkmıştır. Bağımsız değişkenlerin ve sabit parametrenin t istatistiklerinin olasılık değerlerine göre %95 güven düzeyinde olup tüm parametreler anlamlıdır.

$$\lnppp_{it} = (-4.28593) + (.3303953)\lnCorp_{it} + (1.691423)\lnbuss_{it} + (.6046754)\lncons_{it} + u_{it}$$

Nihai modele göre Post-Sovyet ülkelerde kişi başı milli geliri etkileyen faktörlerin ekonometrik olarak yorumlanması aşağıdaki gibidir:

- Modele dahil edilmiş 13 ülke için yolsuzluk algı endeksindeki her %1' lik artış (yani yolsuzluk algı endeksinin 100' e yaklaşması) kişi başı milli geliri %0.33 artırmaktadır.

- Kontrol değişken olarak modele dahil edilen iş yapabilme kolaylığı endeksindeki her %1' lik artış kişi başı milli geliri %1.69 artırmaktadır.

- Diğer kontrol değişken olan kamu harcamalarındaki her %1' lik artış kişi başı milli geliri %0.60 artırmaktadır.

- Sabit değişken ile kişi başı milli gelir arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ancak negatif yönlüdür. Diğer değişkenler sıfırken kişi başı milli gelirdeki değişim -4.28 olmaktadır.

6. Sonuç

Çalışmanın sonucunda analizden önce bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin yönüne dair ortaya koyulan tahminler analiz sonucu ile örtüşmektedir. Literatürde yapılmış çalışmalarda elde edilen bulgular ile çalışmadan elde edilen bulgular benzerlik göstermektedir. Kişi başı milli gelir ile yolsuzluk arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır. Diğer kontrol değişkenler içerisinde kişi başı milli geliri önemli derecede artıran diğer değişken iş yapabilme kolaylığı endeksi olmuştur. Ayrıca Wagner Yasası' na göre

kişi başı milli gelir ile kamu harcamaları arasında aynı yönlü ilişki çalışmada da ortaya çıkmıştır.

Ülkelerin yolsuzluk ile mücadele için öncelikle yapması gereken kurumsal reformlar olmalıdır. Şeffaflık ve hesap verilebilirlik kaideleri altında kurumlar denetlenmeli ve kamuoyu ile paylaşılmalıdır. Gelişmekte olan ülkelerde kurumlar arası entegrasyon önemli olmak ile birlikte denetleyici ve düzenleyici kurumlar güçlendirilmelidir.

Yolsuzluk salt ekonomik olarak ele alınmamakla birlikte yargı kurumlarının da bu yönde aldığı kararlar yabancı ve yerli girişimcilerin yatırım kararlarını etkilemektedir. Devlet ve devlet tarafından yetkilendirilmiş kurum ve kuruluşlarca toplanan vergilerin doğru yerlere aktarılması ve kaynakların verimli ve etkin kullanılması da özel ve kamu sektöründe yolsuzluğu azaltan temel faktörlerden birisi olacaktır. Ayrıca bürokrasiden kaynaklı iş ve işlemlerin ağır aksak ilerlemesi de söz konusu ülkelerde yolsuzluğun ve rüşvetin yüksek olacağı anlamına gelmektedir. Bunun önüne geçebilmek için hem ahlaki hem de iktisadi olarak yeniden yapılanma ve caydırıcı cezaların kanunlarda düzenlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Akça, H., Ata, A. Y. ve Karaca, C. (2012). “*Inflation and Corruption Relationship: Evidence from Panel Data in Developed and Developing Countries*”. International Journal of Economics and Financial Issues. 2(3). 281-295.

Algan, N., Aktakas, B. G. ve Tekin, İ. (2014). “*Toplumsal Bir Mesele Olarak Yolsuzluk ve Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*”. International Conference on Eurasian Economies. 1-10.

Alsarhan, A.A. (2019). “*Determinants of Corruption in Middle East Countries: Evidence from Panel Data*”. International Journal of Economic Behaviour and Organization. 7(4). 57-63.

Bai, J., Jayachandran, S., Malesky, E.J. ve Olken, B.A. (2013). “*Does Economic Growth Reduce Corruption? Theory and Evidence from Vietnam*”. NBER Working Paper No. 19483. 1-56.

Barro, R.J. (1991). “*Economic Growth in a Cross Section of Countries*”. The Quarterly Journal of Economics. 106(2). 407-443.

Becherair, A., Tahtane, M. (2017). “*The Causality Between Corruption And Human Development in MENA Countries: A Panel Data Analysis*”. EAST-WEST Journal of Economics and Business. 20(2). 63-84.

Gürbüz, M. ve Karabulut, M. (2008). “SSCB’nin Dağılmasıyla Bağımsızlığına Kavuşan Ülkelerde Ortalama Yaşam Süresi ile Sosyo-Ekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkiler”. Coğrafi Bilimler Dergisi. 6(1). 69-83.

Gürbüz, Y.E. ve Yoğurtçu, G. (2020). “Kırgız Halkının Gözünden Gorbaçov: Bir Sözlü Tarih Çalışması”. History Studies. 12(3). 961-979.

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>

<https://www.prosperity.com>

<https://www.transparency.org/en/what-is-corruption>

<https://www.worldbank.org/en/home>

Kazgan, G.(2010). *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Klitgaard, R.E., Abaroa, R.M. ve Parris, H.L.(2000). *Corrupt Cities: A Practical Guide to Cure and Prevention*. Washington D.C. : World Bank Institute.

Konu, A. ve Ata, A.Y. (2016). “Yolsuzluk ve Ekonomik Özgürlük İlişkisi: AB Ülkeleri Üzerine Yatay Kesit Analizi”. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 9(1). 195-207.

Legatum Institute (2017). *The Legatum Prosperity Index 2017* (Eleventh Edition).

Mukherjee, D. (2018). “Corruption in International Business: Does Economic Globalization Help?”. Global Business Review. 19(3). 623-634.

Özcan, B. (2012). “OECD Ülkelerinde Yolsuzluğun Ekonomik Belirleyenleri: Panel Veri Analizi”. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası. 62(2). 253-282.

Paldam, M. (2002). “The Cross-Country Pattern of Corruption: Economics, Culture and The Seesaw Dynamics”. European Journal of Political Economy. 18. 215-240.

Rahimzadeh, F., Shokouhifard, S., Hoseinzadeh, H. Ve Miraskari, S.R. (2021). “The Impact of the Internet on Corruption in OIC Countries: An Inter-Country Panel Study”. The Journal of Planning and Budgeting. 26(3). 75-99.

Sandholtz, W. ve Koetzle, W. (2000). “Accounting for Corruption: Economic Structure, Democracy and Trade”. International Studies Quarterly. 44(1). 31-50.

Tatoğlu, F. Y. (2021). *Panel Veri Ekonometrisi*. 6. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

The World Bank (September 1997). *Helping Countries Combat Corruption-The Role of The World Bank*. Poverty Reduction and Economic Management.

Tosun, M.U. (2003). “*Yolsuzluğun Nedenleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma*”. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi. (5). 125-146.

Wagner, A. (1958). “*Three Extracts On Public Finance*”. *Classics in the Theory of Public Finance*. Ed. Musgrave, R. ve Peacock, A. (1967). St. Martins Press Inc. 1-15.

Yakışık, H. ve Çetin, A. (2014). “*Yolsuzlukların Sosyoekonomik Belirleyicileri: Yatay Kesit Veri Analizi*”. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 28(3). 205-224.

BÖLÜM III

ELEKTRİK TÜKETİMİNİN İHRACAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TÜRKİYE’NİN İLLERİNDEN AMPİRİK KANITLAR

*The Effects of Electricity Consumption on Exports:
Empirical Evidence from Provinces of Türkiye*

Mürşit RECEPOĞLU¹

¹(Doç. Dr.), Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane, Türkiye

E-mail: mursitrecepoglu@gumushane.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6861-2607

1. Giriş

Tarihsel süreç içerisinde toplumların ekonomik gelişimleri açısından en önemli girdilerden biri olan enerjinin özellikle ülkelerin ekonomik büyümesinde, üretim ve ticaretin gelişmesinde rolü oldukça büyüktür (Tran, 2020:443). Sanayi devriminin neden olduğu üretim yapısındaki dönüşüm, küresel çapta artan nüfus, ticari serbestleşmeler nedeniyle artan ticari ilişkiler enerjiye olan talebi daha da artırmaya başlamıştır. Dünya petrol krizinin yaşandığı 1973 yılından 2022 yılına gelindiğinde yıllık enerji tüketimi %153 artış göstererek ciddi düzeylere ulaşmıştır (EI, 2023).

Küresel çapta artan enerji tüketimi, gelişmişlik düzeylerine bakılmaksızın tüm ülkelerde birçok araştırmacının dikkatini çekmiştir. Bu bağlamda enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştıran birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar incelendiğinde hem ulusal düzeyde hem de bölgesel düzeyde yapılan çalışmalara rastlamak mümkündür (Bkz. Kraft & Kraft, 1978; Ghosh, 2002; Li vd., 2011; Tang vd., 2016; Khan vd., 2020). Ancak enerjinin ekonomik faaliyetlerdeki önemli yerine rağmen enerji tüketimi ile ticaret arasındaki ilişkiye dair literatür oldukça sınırlıdır.

Enerji ve ticaret arasındaki ilişki birçok nedenden dolayı araştırılması gereken önemli bir konu olarak dikkati çekmektedir. Özellikle enerji tüketiminin

ihracat ve ithalatı etkilediği durumlarda enerji tasarrufu politikalarından kaynaklanan enerji tüketimindeki herhangi bir azalma ihracatı veya ithalatı azaltacaktır. Bu durum ise ekonomik büyümeyi teşvik eden ticaret kazançlarının kaybolmasına neden olacaktır (Adewuyi & Adeniyi, 2015:355). Teorik olarak incelendiğinde enerji, ihracatı özellikle üretim ve ulaştırma kanalları ile etkilemektedir. İhracata yönelik malların üretimi ve nakliyesinde enerji oldukça önemli bir girdidir. Çünkü üretilen malların ve hammadde ihracatının nakliyesini yapabilmek için enerji gerekmektedir. Nakliyeyi gerçekleştirmek için gerekli enerji elde edilemediği durumda ise ihracatta negatif şoklar yaşanabilmektedir (Sadorsky, 2011:742). Dolayısıyla enerji tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri akademik anlamda oldukça önemli bir araştırma konusudur.

Bu doğrultuda çalışmada elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri Türkiye’de bölgesel düzeyde araştırılmıştır. Dünyada meydana gelen gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesi adına özellikle 1980 sonrası dışa açık politikalara önem verilmiş ve üretim yapısında büyük bir dönüşüm yaşanmıştır (Değer, 2010:259). Bu dönemden itibaren Türkiye için daha geniş pazarlara ihracat yapma imkânı doğarken diğer yandan ara malı ve üretim için gerekli olan hammadde ithalatı ise kolaylıkla yapılabilir hale gelmiştir.

Türkiye’de ulusal düzeyde meydana gelen üretim ve ihracat yapısındaki dönüşümün bölgesel yansımaları da söz konusudur. İhracata dayalı büyüme anlayışı çerçevesinde tüm yerel ekonomik aktörler harekete geçirilerek ulusal düzeyde kalkınmanın sağlanması devlet tarafından hedeflenmiştir (DPT, 1989: 1-3). Şüphesiz bölgesel kalkınmanın en önemli kısmı illerin ekonomik performansını artırmaktan geçmektedir. İllere kaynak sağlamak ve bölgede yaşayan insanların refah düzeyini artırmak devletin önemli görevleri arasında yer almaktadır (Şengül vd., 2013:79)

Devlet ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesi adına kentleşmeyi teşvik etmiş ancak bunun bir sonucu olarak ülkenin belirli bölgelerinde nüfus yoğunluğu yaşanmaya başlamıştır (DPT, 1995: 13-17). Bu durum başta metropol kentler üzere birçok bölgede enerjiye olan talebi artırmıştır. Diğer taraftan ihracata dayalı büyüme çerçevesinde hızlı bir sanayileşme ivmesi yakalamak isteyen Türkiye’de bölgesel aktörlerin ekonomik performanslarını artırmaya yönelik projeler hayata geçirilmiştir (DPT, 2006: 89-92). 1980 sonrası uygulanan ticari serbestleşmenin etkisiyle birlikte il ve bölgelerin üretim ve ihracat performanslarını artırabilmeleri ise özellikle gerekli enerji kaynaklarının elde edilebilmesine bağlıdır. Ancak Türkiye ihtiyacı olan enerji rezervlerine sahip olmadığı için uzun yıllardır enerji ithalatçısı bir ülke konumundadır. Bu

durum Türkiye ekonomisinin cari dengesini olumsuz etkilerken buna enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar da eklendiğinde birçok makroekonomik değişken üzerinde baskı oluşmaktadır (TCMB, 2023).

İhracat-ithalat dengesinin sağlanabilmesi için ithal girdi olarak kullanılan enerjinin üretim, ihracat ve ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Literatürde söz konusu olumlu etkinin gerçekleşip gerçekleşmediğini tespit etmek adına birçok çalışma yapılmıştır. Özellikle ulusal ve bölgesel düzeyde enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerine odaklanan birçok çalışmaya rastlamak mümkündür (Bknz. Karagöl vd., 2007; Aydın, 2010; Nazlıoğlu vd. 2014; Usta & Berber, 2017; Recepoğlu vd., 2020) Ancak enerji tüketiminin ihracat üzerindeki etkilerini bölgesel düzeyde araştıran çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda çalışmada elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri Türkiye’de il düzeyinde araştırılmıştır. 81 ilin analize dâhil edildiği çalışmada verilerin ulaşılabilirliği dikkate alınarak araştırma dönemi 2013-2021 olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın giriş bölümünün ardından konuya dair ampirik literatür ele alınmıştır. Daha sonra çalışmada kullanılan veri ve metodoloji hakkında bilgiler verilmiştir. Ardından panel veri analizinden elde edilen bulgular sunulmuştur. Sonuç kısmında ise ampirik bulgulardan hareketle politika önerilerinde bulunulmuştur.

2. Literatür

Literatürde enerji tüketimi ile ihracat arasındaki ilişkiyi araştıran sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Söz konusu sınırlı çalışmalardan bir kısmı ihracatın enerji tüketimi üzerindeki etkilerine odaklanırken diğer bir kısmı ise enerji tüketiminin ihracat üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Bu çalışma özel olarak enerji tüketiminin ihracat üzerindeki etkilerini incelediğinden literatür oluşturulurken bu hususa özellikle dikkat edilmiştir.

Bu çalışmalardan Sadorsky (2011) ticaret ve enerji tüketimi ilişkisini incelediği çalışmasında panel eşbütünlüşme ve nedensellik analizleri uygulamıştır. 8 Ortadoğu ülkesinin 1980-2007 dönemi için analiz edildiği çalışmada enerji tüketimi ile ihracat arasında çift yönlü nedensel ilişkiler tespit edilmiştir.

Sadorsky (2012)’nin bir diğer çalışmasında ise 7 Güney Amerika ülkesinde enerji tüketimi ve ticaret arasındaki ilişki panel nedensellik testleri ile incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre ihracat ve enerji tüketimi arasında çift yönlü ve geri beslemeli nedensellik ilişkileri söz konusudur.

Dedeoğlu & Kaya (2013) alışmalarında enerji kullanımı, ihracat, ithalat ve GSYH arasındaki ilişkiyi 25 OECD lkesi için incelemişlerdir. 1980-2010 dönemi kapsayan çalışmada panel eşbütünleşme ve nedensellik analizleri kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre enerji kullanımı ile ihracat arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Öte yandan Adewuyi & Adeniyi (2015) seçilmiş Afrika lkelerinde 1971-2010 dönemi için enerji ile ticaret arasındaki ilişkiyi VECM yaklaşımı ile analiz etmişlerdir. Çalışmada ihracat, ithalat ve çeşitli enerji değişkenleri arasındaki ilişkinin ülkeden ülkeye farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre enerji tüketimi Gana ve Nijerya'da ihracatın pozitif nedeni konumundadır. Senegal'de ise enerji tüketimi ile ihracat arasındaki nedensellik ilişkisinin çift yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Raeni vd. (2019) ise İran'da enerji tüketimi ile tarımsal ihracat arasındaki ilişkiyi 1967-2015 dönemi için incelemişlerdir. Çalışmadan elde edilen bulgular enerji tüketimi ile tarımsal ihracat arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını göstermektedir.

Paudel vd. (2020) elektrik tüketimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi ARDL yaklaşımı ile analiz etmişlerdir. 1975-2018 dönemi kapsayan alışma Nepal örneklemini çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre elektrik tüketimi ihracat performansını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilemektedir.

Benzer şekilde Khan vd. (2021) enerji tüketimi ile tarımsal ürün ihracatı arasındaki ilişkiyi ARDL yaklaşımı ile 1976-2017 dönemi için analiz etmişlerdir. Pakistan örneklemini kapsamında yapılan analizden elde edilen bulgular enerji tüketiminin tarımsal ürün ihracatını uzun dönemde pozitif etkilediğini göstermektedir.

Son olarak Türkiye'de bölgesel düzeyde analiz yapan Doru & Atay Polat (2022) alışmalarında Türkiye'nin düzey 2 bölgelerinde enerji tüketimi, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini 2004-2018 dönemi için incelemişlerdir. Panel nedensellik testinden elde edilen bulgular gelişmiş bölgelerde elektrik tüketimi ile ihracat arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Diğer bölgelerde ise elektrik tüketimi ile ihracat arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Enerji tüketiminin ihracat üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde enerji tüketiminin ihracatı olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür. Öte yandan ulaşılabilen literatür, bölgesel düzeyde bu ilişkiyi araştıran çalışmaların oldukça sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.

3. Model, Veri ve Metodoloji

Bu çalışmada Türkiye’de elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri 2013-2021 dönemi için analiz edilmiştir. Çalışmada Türkiye’nin 81 ilini kapsayan bir panel veri seti oluşturulmuştur. Kullanılan değişkenlerin tamamı Türkiye İstatistik Kurumu Bölgesel İstatistikler veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada Paudel vd.(2020)’nin çalışması dikkate alınarak (1) numaralı model kurulmuştur.

$$IHR = f(ET, GSYH, EGT) \quad (1)$$

(1) numaralı model yardımıyla elektrik tüketiminin (ET), illerin (IHR) ihracatı üzerindeki etkileri panel veri tekniğiyle analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada açıklayıcı değişken olarak elektrik tüketimine ek olarak ekonomik büyümeyi temsilen kişi başına düşen GSYH (lnGSYH) ve eğitim düzeyini temsilen yüksekokul veya fakülte mezun oranı (EGT) kullanılmıştır.

Bu doğrultuda çalışma için oluşturulan panel veri yöntemine dayalı ekonometrik model şu şekildedir:

$$IHR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 ET_{it} + \alpha_2 \ln GSYH_{it} + \alpha_3 EGT_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Modelde kullanılan *i* sembolü birimleri, *t* sembolü ise zaman periyodunu ifade etmektedir. Ayrıca α_0 sabit parametreyi, $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ ise açıklayıcı değişkenlere ait parametreleri, ε_{it} ise hata terimini göstermektedir.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Bilgiler

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
IHR_{it}	İllerin toplam ihracattan aldığı pay (%)	TÜİK
ET_{it}	İllerin toplam elektrik tüketiminden aldığı pay (%)	TÜİK
$\ln GSYH_{it}$	Kişi Başına Düşen GSYH (ABD Doları)	TÜİK
EGT_{it}	15+ Yüksekokul veya fakülte mezunu oranı (%)	TÜİK
<i>ln</i> , değişkenlerin logaritmalarının alındığını göstermektedir .		

Panel veri analizlerinde klasik modelin geçerliliğine ilişkin testlerden F testi, verinin birimlere göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için kullanılmaktadır. Sıfır hipotezi “tüm birim etkiler sıfıra eşittir” şeklinde olan F testinde sıfır hipotezinin reddedilmesi durumunda klasik modelin uygun olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Öte yandan klasik modeli tesadüfi etkiler modeline karşı test etmek için ise LM testi kullanılmaktadır. Breusch & Pagan (1980) tarafından geliştirilen LM testinde ise sıfır hipotezi “tesadüfi birim etkilerin varyansı sıfıra eşittir” şeklinde

olup bu testte de sıfır hipotezinin reddedilmesi durumunda klasik modelin uygun olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır (Tatoğlu, 2016: 168-178).

Panel veri analizlerinde sabit etkiler modeli ile tesadüfi etkiler modellerinden hangisinin kullanılacağını belirlemek için ise Hausman (1978) testi kullanılmaktadır. Hausman testinde “birim etkiler ile açıklayıcı değişkenler arasında korelasyon yoktur” şeklinde olan sıfır hipotezi sınanmaktadır. Sıfır hipotezinin reddedilmesi durumunda sabit etkiler modelinin tutarlı olduğu sonucuna varılmaktadır (Baltagi, 2005: 66).

Diğer taraftan panel veri analizlerinde sapmalı sonuçlar elde etmemek için birtakım ön testlerin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada değişen varyansın tespiti için sıfır hipotezi “değişen varyans yoktur” olan değiştirilmiş Wald testi, yatay kesit bağımlılığının tespiti için ise sıfır hipotezi “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklinde olan ve $N > T$ durumunda kullanılan Pesaran (2004) CD testi kullanılmıştır. Otokorelasyonun varlığı ise Baltagi & Wu (1999)’nun LBI, Bhargava, Franzini & Narendranathan (1982)’in Durbin-Watson testi ile tespit edilmiştir. Bu testlerden elde edilen değerler kritik değer olan 2 ile karşılaştırılarak otokorelasyonun varlığına ilişkin yorum yapılmaktadır.

Tüm testler sonucunda modelde değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorunlarının varlığı tespit edilirse sapmalı sonuçlardan kaçınmak için dirençli standart hatalar ile tahmin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada söz konusu problemlere karşı dirençli olan Driscoll & Kraay (1998) standart hatalı sabit ekiler tahmincisi kullanılmıştır.

4. Ampirik Bulgular

Elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkisinin analiz edildiği bu çalışmada ampirik analiz öncesinde korelasyon matrisine yer verilmiş ve Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Korelasyon Matrisi

	IHR	ET	lnGSYH	EGT
IHR	1,000			
	-			
ET	0,872 (0,000)	1,000		
		-		
lnGSYH	0,355 (0,000)	0,510 (0,000)	1,000	
			-	
EGT	0,258 (0,000)	0,390 (0,000)	0,399 (0,000)	1,000
				-

Parantez içerisindeki değerler, olasılık değerleridir.

Korelasyon matrisini gösteren Tablo 2 incelendiğinde çalışmada kullanılan tüm değişkenler arasında pozitif bir korelasyon ilişkisi olduğu görülmektedir. En yüksek ilişki düzeyinin ise elektrik tüketimi ile ihracat arasında olduğu dikkati çekmektedir. Öte yandan korelasyon matrisinde yer alan ilişkilerin tamamı istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon matrisinden elde edilen sonuçlar yapılacak katsayı tahmini öncesinde değişkenler arasındaki ilişkiye dair ön bilgi sunmaktadır. Ancak bu çalışmada elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri panel veri tekniği ile tahmin edilmiştir. Bu doğrultuda, klasik havuzlanmış, sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri arasında tercih yapmak için F, LM ve Hausman testleri yapılmış ve sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: F, LM ve Hausman Testlerine Ait Sonuçlar

Testler	İstatistik	Olasılık
F	1490,46*	0,000
LM	2791,13*	0,000
Hausman	1136,94*	0,000

* işareti %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Sıfır hipotezi “tüm birim etkiler sıfıra eşittir” şeklinde olan F testi ile sıfır hipotezi “tesadüfi birim etkilerin varyansı sıfıra eşittir” şeklinde olan LM testinden elde edilen bulgular sıfır hipotezlerinin %1 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. F ve LM testlerinden elde edilen sonuçlar klasik havuzlanmış modelin çalışma için uygun olmadığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan sabit etkiler ile tesadüfi etkiler modelleri arasında tercih yapmak için kullanılan Hausman testinden elde edilen bulgular “birim etkiler ile açıklayıcı değişkenler arasında korelasyon yoktur” sıfır hipotezinin %1 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. Hausman testinin sonuçları ise sabit etkiler tahmincisinin tesadüfi etkiler tahmincisine göre daha tutarlı sonuçlar verdiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada sabit etkiler tahmincisinin kullanılması gerektiği belirlendikten sonra sapmalı sonuçlardan kaçınmak için varsayımlardan sapmalar test edilmiş ve sonuçlar Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4: Varsayımlardan Sapmaların Test Edilmesi

Testler	İstatistik	Olasılık
Değiştirilmiş Wald	8,2e+07*	0,000
Durbin-Watson	0,685	
Baltagi-Wu Lbi	0,924	
Pesaran CD	1,766***	0,077

* ve *** işareti sırasıyla %1 ve % 10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Değişen varyansın tespiti için kullanılan değiştirilmiş Wald testinden elde edilen sonuçlar “değişen varyans yoktur” şeklinde olan sıfır hipotezinin %1 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. Bir diğer ifade ile modelde değişen varyans sorunu söz konusudur. Otokorelasyonun tespiti için yapılan Durbin-Watson ve Baltagi-Wu lbi testlerinden elde edilen istatistik değerlerinin kritik değer olan 2’den oldukça uzak olduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise modelde otokorelasyon sorunu olduğunu göstermektedir. Son olarak modelde birimler arası korelasyon sorununun tespiti için ise $N>T$ durumunda kullanılan Pesaran (2004) CD testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindeki sıfır hipotezinin %10 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. Dolayısıyla çalışmada kullanılan modelde yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır.

Tablo 4’ten elde edilen bulgular, yapılacak sabit etkiler tahmininin sapmalı sonuçlar vereceğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çalışmada sapmalı sonuçlardan kaçınmak için değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığına karşı dirençli olan sabit etkilere dayalı Driscoll & Kraay (1998) tahmini yapılmış ve bulgular Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Driscoll & Kraay (1998) Tahmin sonuçları

	Katsayı	Driscoll Kraay Std. Hata	t istatistiği	Olasılık
ET	0,478	0,157	3,03	0,016
lnGSYH	0,214	0,093	2,31	0,050
EGT	0,005	0,002	2,27	0,053
Sabit	-0,261	0,415	-0,63	0,547
F İstatistiği= 10,56	Olasılık> F=0,003	Yöntem=Sabit Etkiler	Gözlem Sayısı=728	Grup Sayısı=81

Tablo 5’te gösterilen ve modelin bir bütün olarak anlamlılığını sınavan F test istatistiğinin olasılık değerlerine göre çalışmada kullanılan model genel olarak anlamlıdır. Öte yandan Driscoll & Kraay (1998) tahmin sonuçları elektrik tüketimi (ET), kişi başına düşen gelir (lnGSYH) ve eğitim düzeyinin (EGT) ihracatı (IHR) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilediğini göstermektedir. Açıklayıcı değişkenler içerisindeki en yüksek katsayı ise elektrik tüketimine aittir. Bu sonuçlar Türkiye’de illerin ihracat performansları açısından elektrik tüketiminin önemini ortaya koymaktadır. Enerji tüketimi ile ihracat ilişkisine dair elde edilen bu sonuç farklı ülkeler için araştırma yapan Adewuyi & Adeniyi (2015), Paudel vd. (2020) ve Khan vd. (2021)’in çalışmalarından elde edilen sonuçlarla örtüşmektedir.

5. Sonuç

Bu çalışmada elektrik tüketiminin ihracat üzerindeki etkileri 2013-2021 dönemi için il düzeyinde analiz edilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada Türkiye'nin 81 ilinden oluşan bir panel veri seti oluşturulmuştur. Çalışmanın analizi için ise değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığına karşı dirençli olan sabit etkilere dayalı Driscoll & Kraay (1998) tahmini yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular illerin ihracatı üzerinde elektrik tüketimi, kişi başına düşen gelir ve yükseköğretim veya fakülte mezun oranlarının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkileri olduğunu göstermektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgulardan hareketle birtakım politika önerilerinde bulunmak mümkündür. Özellikle Türkiye gibi enerji ihtiyacının büyük bölümünü dışardan ithal eden bir ülkenin enerji tüketimindeki bir artışı ihracata olumlu yansıtabilmesi önemlidir. Ancak bu durum Türkiye'deki ihracatın ithalata bağımlılığının bir başka göstergesidir. Dolayısıyla ihracat-ithalat dengesinin sağlanabilmesi için kısa vadede enerji tüketiminin ihracat üzerindeki olumlu etkilerini artıracak üretim yapısının geliştirilmesi gerekmektedir. Uzun vadede ise enerjide dışa bağımlılığı azaltacak uygulamalara ağırlık verilmelidir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin mevcut doğal kaynaklarını etkin bir şekilde kullanmasının yanında enerji arama faaliyetlerinin artırılmasına yönelik gerekli teknolojik altyapının sağlanması gerekmektedir. Özellikle kamu, özel sektör ve üniversitelerin ortak çalışması için gerekli ortam oluşturulmalıdır. Böylece enerji tüketimindeki artışlar, ihracat-ithalat dengesinin yakalanmasına önemli katkı sunacaktır.

Diğer taraftan çalışmanın bulguları enerji tasarruf politikalarından kaçınılması gerektiğini de ortaya koymaktadır. Çünkü enerji tasarruf politikaları nedeniyle elektrik tüketimindeki herhangi bir azalma ihracatı da olumsuz etkileyebilir. Özellikle üretim ve ulaştırma hizmetleri için gerekli enerji elde edilemediği durumda ihracatta negatif şoklar yaşanabilmektedir.

Sonuç olarak devletin enerjide dışa bağımlılığı azaltacak politikaları hayata geçirmesi ve enerji tasarruf politikalarından ise kaçınması gerekmektedir. Çalışmanın bulguları Türkiye'de sınırlı bir literatüre sahip olan bölgesel düzeydeki ihracat-enerji ilişkisine dair literatüre katkı yapmaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda ise iller gelişmişlik düzeylerine ayrılarak bölgesel farklılıklar ortaya koyulabilir. Bunun yanında ihraç edilen ürünler ayrıştırılarak elektrik tüketiminin hangi ürün ihracatına daha fazla katkı yaptığı tespit edilebilir. Bu konularda yapılacak çalışmalar sınırlı olan literatüre önemli katkılar sunacaktır.

Kaynakça

Adewuyi, A. O., & Adeniyi, O. (2015). Trade and consumption of energy varieties: Empirical analysis of selected West Africa economies. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 47, 354-366.

Aydın, F. F. (2010). Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (35), 317-340.

Baltagi, B. H. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd, Chichester.

Baltagi, B. H., & Wu, P. X. (1999). Unequally spaced panel data regressions with AR (1) disturbances. *Econometric Theory*, 15, 814-823.

Bhargava, A., Franzini, L., & Narendranathan, W. (1982). Serial correlation and the fixed effects model. *The Review of Economic Studies*, 49(4), 533-549.

Breusch, T.S. & Pagan, A.R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification tests in econometrics. *Review of Economic Studies*, 47, 239-253.

Dedeoğlu, D., & Kaya, H. (2013). Energy use, exports, imports and GDP: New evidence from the OECD countries. *Energy Policy*, 57, 469-476.

Değer, M. K. (2010). İhracatta ürün çeşitliliği ve ekonomik büyüme: Türkiye deneyimi (1980-2006), *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2), 259-287.

Devlet Planlama Teşkilatı (1989). Altıncı beş yıllık kalkınma planı (1990-1994), DPT Yayınları, Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı (1995). Yedinci beş yıllık kalkınma planı (1996-2000), DPT Yayınları, Ankara.

Devlet Planlama Teşkilatı (2006). Dokuzuncu kalkınma planı (2007-2013), DPT Yayınları, Ankara.

Doru, Ö., & Atay Polat, M. (2022). İhracat, enerji ve ekonomik büyüme ilişkisi: Gelişmiş ve gelişmekte olan Düzey 2 bölgeleri için nedensellik analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23(2), 33-51.

Driscoll, J. C., & Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.

Ghosh, S. (2002). Electricity consumption and economic growth in India. *Energy Policy*, 30(2), 125-129.

Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 46(6), 1251-1271.

Karagöl, E., Erbaykal, E. & Ertuğrul, H. M. (2007). Türkiye’de ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi ilişkisi: Sınır testi yaklaşımı. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 72-80.

Khan, M. K., Khan, M. I., & Rehan, M. (2020). The relationship between energy consumption, economic growth and carbon dioxide emissions in Pakistan. *Financial Innovation*, 6, 1-13.

Khan, Z. A., Koondhar, M. A., Khan, I., Ali, U., & Tianjun, L. (2021). Dynamic linkage between industrialization, energy consumption, carbon emission, and agricultural products export of Pakistan: an ARDL approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 43698-43710.

Kraft, J. & Kraft, A. (1978). On the relationship between energy and GNP. *Journal of Energy and Development*, 3, 401-403.

Li, F., Dong, S., Li, X., Liang, Q. & Yang, W. (2011). Energy consumption - economic growth relationship and carbon dioxide emissions in China, *Energy Policy*, 39, 568-574

Nazlioglu, S., Kayhan, S., & Adiguzel, U. (2014). Electricity consumption and economic growth in Turkey: cointegration, linear and nonlinear granger causality. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 9(4), 315-324.

EI (2023), The energy institute (EI) statistical review of world energy, https://www.energyinst.org/__data/assets/excel_doc/0007/1055545/EI-stats-review-all-data.xlsx, Erişim Tarihi: 20.09.2023

Paudel RC, Thapa-Parajuli R, Alharthi M (2020). Electricity consumption and export performance: Evidence from Nepal. *Int J Energy Econ Policy*, 10, 529.

Pesaran, M.H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers in Economics*, 435, London: BP.

Raeni, A. A. G., Hosseini, S., & Moghaddasi, R. (2019). How energy consumption is related to agricultural growth and export: An econometric analysis on Iranian data. *Energy Reports*, 5, 50-53.

Recepoğlu, M., Doğanay, M. A., & Değer, M. K. (2020). Enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler: Türkiye’de iller üzerine panel veri analizleri 2004-2014. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 21(1), 69-80.

Sadorsky, P. (2011). Trade and energy consumption in the Middle East. *Energy Economics*, 33(5), 739-749.

Sadorsky, P. (2012). Energy consumption, output and trade in South America. *Energy Economics*, 34(2), 476-488.

Şengül, Ü., Eslemian S., & Eren, M. (2013). Türkiye’de istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre düzey 2 bölgelerinin ekonomik etkinliklerinin VZA yöntemi ile belirlenmesi ve Tobit Model uygulaması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(21), 75-99.

Tang, C. F., Tan, B. W., & Ozturk, I. (2016). Energy consumption and economic growth in Vietnam. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 54, 1506-1514.

Tatoğlu, F. Y. (2016). Panel veri ekonometrisi. 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.

TCMB (2023). Enflasyon raporu 2023-I, <https://www.tcmb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 10.08.2023

Tran, T. N., Nguyen, T. T., Nguyen, V. C., & Vu, T. T. H. (2020). Energy consumption, economic growth and trade balance in East Asia: A panel data approach. *International Journal of Energy Economics and Policy*. 10(4), 443-449.

Usta, C. & Berber, M. (2017). Türkiye’de enerji tüketimi ekonomik büyüme ilişkisinin sektörel analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(1), 173-187.

BÖLÜM IV

COVID-19 PANDEMİSİNDE ÖĞRENCİLERİN DEPRESYON DÜZEYİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI

Investigation of Factors Affecting Students' Depression Level during the Covid-19 Pandemic

Halil İbrahim KESKİN¹

¹(Assoc. Dr.), Çukurova Üniversitesi, IIBF, Ekonometri Bölümü,

E-mail: hkeskin@cu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0839-609X

1. Giriş

İnsanlık tarih boyunca çeşitli salgın hastalıklarla yüzleşmiştir. Bu salgınlar neticesinde çok sayıda insan vefat etmiş ve toplumların yaşam tarzı bundan oldukça etkilenmiştir. Günümüze geldiğimizde özellikle dünya nüfusunun artması, ulaşımdaki teknolojik gelişmelere bağlı olarak insanların hareketliliğinin artması, kıt olan kaynakların insanların sağlıklı beslenmesinin önünde yarattığı engeller ve hijyen kurallarına uygun bir hayat sürmenin zor olduğu fakirlik ve bazı kültürel alışkanlıklar hastalıkların ortaya çıkmasına neden olarak, insanlığı ciddi ölçüde tehdit etmektedir. Bunlara ek olarak sürekli değişen ve varyasyona uğrayan bu sayede gittikçe karmaşıklaşan hastalık yapıcı virüs ve bakteriler dünya genelinde tedavisi zor birçok potansiyel salgını tetiklemektedir. Son yıllarda veba, SARS ve MERS gibi çeşitli bölgesel salgınlar ortaya çıksa da bu salgınlardan korona virüs (Covid-19) olarak adlandırılan salgın tüm dünya üzerinde etkisini göstermiş ve ciddi bir salgın haline gelmiştir.

Covid-19 salgını 31 Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkmıştır ve bu salgın hastalık 170 milyondan fazla insanı enfekte etmiş ve 3,5 milyondan fazla insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur/olmaktadır. Pandemi bir kriz halini aldığından beri insanların sağlığını korumak için bazı tedbirler alınmıştır.

Bu tedbirlerden biri olan karantina süreci, sosyal izolasyonu da beraberinde getirmiştir. Hem pandeminin getirdiği hastalığa yakalanma ve olum korkusu hem de sosyal ve ekonomik belirsizliklerin yanında karantinanın getirdiği yalnızlık insan psikolojisi üzerinde çok fazla olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Gerek ruhsal gerekse bedensel birçok hareketimizde kısıtlamalara neden olan karantina süreci ve pandemi, düşünce akışımızdan, bedensel hareketlerimize kadar açıkça neredeyse her şeyde bir farklılık gözlemlenebilmektedir. Karantina sürecinde alınan kararlar ve yaşanan gelişmeler pandeminin seyrini etkileyerek insanların zihninde, salgın bitecek mi? nasıl kontrol altına alınacak? gibi çeşitli sorular meydana getirerek, gelecek ile ilgili kaygılara neden olmaktadır. Sürekli yaşanan bu tarz dönemsel sorunlar insan psikolojisini fazlasıyla etkilemektedir.

Alınan kısıtlama kararları sonucunda evde uzun süre vakit geçirildiğinden sosyalleşebilmek, bilgi edinebilmek, pandeminin gidişatı hakkında bilgi öğrenebilmek, iş ile ilgili toplantılar ve öğrencilerin eğitim hayatına devam edebilmesi için internet kullanımının arttığını görülmektedir. Artan internet kullanımıyla birlikte fiziksel hareketliliğin oldukça kısıtlandığı bir süreç yaşanmaktadır. Her ne kadar direnç gösterilse de bu süreçte kısıtlanan bireyler alışkın oldukları yaşam tarzlarından ödün vermek zorunda kalmaktadır.

Özellikle okulların kapatılmasının ve uzaktan eğitim yöntemine geçilmesi öğrencilerin eğitim öğretimi alışkanlıklarını bu süreçte oldukça etkilenmektedir. Öğrenciliğin getirdiği kaygıların yanında yaşanan belirsizlik ve salgın kısıtlamalar özellikle öğrenciler üzerindeki kaygı ve depresyonu tetiklediği düşünülmektedir. Pandemiyle birlikte, aksayan eğitim ve öğretim sistemi çevrimiçi olarak yapılmaya başlanmış ve bu yeni sistemdeki belirsizlikler öğrenciler üzerinde ayrıca kaygı yaratabilmektedir. Derslerdeki verimliliğin sağlanamaması, internet altyapısındaki bazı bölgelerde yaşanan sorunlara bağlı olarak bilgi akışının aksaması gibi nedenler öğrencilerin eğitimlerinin kalitesini sorgulamasına neden olabilmektedir. Buna bağlı olarak geleceğe dair yapılan planlardan ve kariyer hedeflerinden uzaklaşma kaygıları öğrencilerin psikolojilerini olumsuz etkileyebilmektedir. Pandemiyle birlikte, öğrencilerin daha da artan psikolojik sorunları başarı düzeylerindeki azalışa, ruhsal bozukluklara, aile içi huzursuzluklara, gelir sıkıntısına, strese ve daha birçok olumsuzluklarla ve bunların sonucunda da depresyona yatkınlıklarının artmasına neden olabilmektedir. Nitekim literatürdeki bazı çalışmalar bu sonuçların meydana gelmesini doğrular niteliktedir. Zandifar ve Badrfam (2020) çalışmasında genç nüfusun salgın sürecinde bireysel ve toplumsal görevlerinde azalma olduğunu ve bu duruma kontrol altına alınamayan salgın ve ölüm riskinin

ciddiyeti eklendiğinde mental sağlığı etkilediğini ve bunun sonucu olarak, mevcut durumun kaygı ve depresyon gibi stres temelli psikolojik sorunları tetiklediği belirtilmektedir. İpekoğlu (2021) çalışmasında eğitimin uzaktan sürdürülmesi kararı, belirsizlik, vaka sayılarındaki artma ise bu endişenin ve paniğin fazlasıyla tırmanmasına neden olduğunu belirtmiştir. Bu sürecin öğrencilerin gözünden nasıl, ne şekilde olduğu, yaşadıkları zorluklar, gözlemleri, dünyaya karşı ve geleceğe yönelik fikirleri araştırma konusu olmuştur. Koç, ve Başgöl (2023) çalışması ise ebelik öğrencileri üzerine yapılmış ve onların depresyon kaygı ve stres düzeyleri araştırılmıştır. Çalışmada hem kişisel bilgi formu hem de Depresyon, Anksiyete, Stres Ölçeği-21 kullanılmıştır. Sonuçta öğrencilerin %48,6'sında depresyon saptanmıştır. Yine öğrencilerin %30,7'sinde anksiyete ve de %32,7'sinde stres belirtileri olduğu saptanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, ilk olarak öğrencilerin Covid-19 salgını döneminde depresyon düzeylerinin şiddetini ölçmektir. Bunun için Beck Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmanın devamında ise depresyona neden olan faktörlerin araştırılması amaçlanmaktadır. Öğrencilerin depresyonu durumlarını etkileyen faktörler lojistik regresyon analizi kullanılarak tahmin edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma 5 ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm giriş kısmının yer aldığı bölümdür. İkinci bölümde konuyla ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılarak literatür taraması, üçüncü bölümde çalışmanın yöntemi, veriler ve verilere ilişkin açıklamalar bulunmaktadır. Dördüncü kısımda bulgulara yer verilmiştir. Beşinci bölümde ise sonuçlara yer verilmiştir. Çalışmada kullanılan tüm veriler çevrim içi olarak yapılan anket yoluyla elde edilmiştir.

2. Literatür

Literatürde depresyonun belirleyicileri üzerine yapılmış ülkemizde birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan İpekoğlu (Mart 2021) ülkemizde karantina günlükleri adı altında üniversite öğrencilerinin gözünden Covid-19 ve karantina sürecini ele almıştır. Pandeminin başlamasıyla insanların nasıl bir telaşa kapıldıklarını, alışıla gelmiş dışında bir durumun nasıl bir etki yarattığını, deneyimlerini, ruh hallerini üniversite öğrencilerinin gözünden anlamaya çalışmıştır. E-posta yoluyla öğrencilerine açık uçlu iki soru yöneltilmiş, onların kendileri ve çevrelerinde gözlemledikleri duygu ve düşünceleri, gelecek kaygıları ve endişeleri ile ilgili çıkarımlar elde edilmiştir. Öğrencilerin bu çıkarımlarından elde edilen aktarımlar betimleyici bir yaklaşım kullanarak, nitel veri analizi yöntemi temel alınarak kategorilendirilmiş ve bu kategoriler altında değerlendirmelerde bulunulmuş. Bu çalışmasında öğrencilerin bulunduğu

aktarımlarda dünyada görülen ilk vakaların varlığını görmezden gelme, virüsün ülkemiz sınırlarına yaklaştıkça panik ve endişeye neden olduğunu, DSÖ'nün açıklamasından sonra 11 Martta ülkemizde de görülen Covid-19'un içinde bulunduğumuz karantina sürecinin getirdiklerine değinilmiştir. Bu çalışmada öğrencilerin gözenden karantina sürecinin etkileri arasında, virüsün herkesi eşit kıldığına, bu durumdan doğan fırsatçılık anlayışına yani kolonya, maske, dezenfektan ve benzeri ürünlerdeki fiyatlarda dikkat çekici bir artışın görüldüğüne değinilmektedir. Ayrıca, karantina sürecinde bir şeylerle uğraşma, vakit geçirebilme adına yapılan etkinliklere, zaman algısındaki değişikliğin gece-gündüz arasında değişmesine, aile ilişkilerinin sıkılaşmasına ve mekânsal olarak yaşadıkları ortamın getirdiği dezavantajlara yani kırsal ve kentin farklılıklara önem verdikleri görülmektedir. Sonuç olarak öğrencilerin hayatlarında karantina sürecinin köklü değişikliklere sebep olduğu anlaşılmış ve bu değişimlerin uzun yıllar araştırmalara konu olacağı anlaşılmıştır. Almiaçık ve diğerlerinin (2021) çalışmasında Covid-19 sürecinde üniversite öğrencilerinin kaygı düzeylerini etkileyen faktörlerin araştırılması üzerinde durmuşlardır. Bu araştırma, genel tarama modeliyle yürütülmüş, araştırmanın ana kitlesi, 2019-2020 eğitim-öğretim döneminde uzaktan eğitimdeki üniversite öğrencilerinden meydana gelmektedir, araştırmanın örneklem yöntemi ise kolayda örnekleme yöntemine göre erişilebilen üniversite öğrencilerinden meydana gelmektedir. Verileri anket yöntemiyle toplamışlardır. Anket iki bölüme ayrılmıştır, ilk bölümde kişisel verilerin bulunduğu anket, ikinci bölümde de Spielberg Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği yer almaktadır. Covid-19 pandemi süresinde Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin durumluk kaygı ortalamaları ile sürekli kaygı ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bulunan pozitif ilişki, durumluk kaygısının yükselmesinin sürekli kaygıyı da yükselttiği anlamına gelmektedir. Bayar ve diğerlerinin (2021) çalışması 2020 yılının Ağustos ile Aralık ayları arasında Mardin Artuklu Üniversitesi'nde okuyan öğrenciler üzerine yapılmıştır. Covid-19 salgını sürecinde üniversite öğrencilerinin stres düzeyleri ile depresyonu arasında olan ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada hem Tanımlayıcı Özellikler Formu hem de Algılanan Stres Ölçeği ve Beck Depresyon Ölçeği gibi ölçekler kullanılmıştır. Araştırmanın modeli ilişkiyi tanımlayıcı istatistikler olarak belirlenmiştir, değişkenler arasında ilişkinin var olup olmadığını ve ilişkinin türünün ne olduğunu açıklayacak bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Grupların homojenliğinin testi için parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Çalışmada betimleyici istatistikler ve ölçekler arasındaki ilişkiyi test etmek

için Spearman’ın sıra korelasyon testi, ölçek puanları ile demografik veriler arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla Kruskal Wallis testi ile Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Sonuç olarak, pandeminin üniversite öğrencileri üzerinde stres ve depresyon gibi ruhsal problemlerin ortaya çıkmasına veya var olan ruhsal problemlerin artmasına yol açtığı bulunmuştur. Eğitim-öğretim sistemi üzerinde yapılan köklü değişiklikler, sosyal hayatın kısıtlanması gibi durumların varlığı öğrencilerin daha fazla stres yaşamasına neden olmaktadır. Bu süreci yönetebilmeleri için çalışmada gerekli mercilerin bazı stratejiler uygulaması ve öğrencilere gereken desteğin sağlanmasının gerekli olduğu önerilmektedir. Dikmen (2021) COVID-19 salgınında üniversite öğrencilerinin depresyon şiddeti ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma yapmıştır. Yapılan araştırmada Fırat Üniversitesinde okuyan 211 öğrenci örneklem olarak kullanılmıştır. Öğrencilerin depresyon düzeylerini ölçmek için Burns Depresyon Ölçeği tercih edilmiştir. Çalışma ilişkisel tarama modellemesi kullanılarak sürdürülmüştür. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyini belirlemek için Sosyal Ağ Bağımlılığı Ölçeğinin kullanılmıştır. Çalışmada sonuç olarak, Covid-19 pandemisinin sosyal medya bağımlılığına neden olduğu bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin depresyon düzeyindeki artışa paralel olarak sosyal medya bağımlılığının arttığı sonucu elde edilmiştir. Depresyon ile sosyal medya bağımlılığının birbirine olumsuz etkiler oluşturduğu görülmüştür. Türk ve diğerlerinin (2021) çalışmasında Covid-19 pandemi sürecinde ergenlerin depresyon-anksiyete düzeyleri ve bunlarla başa çıkma stratejileri incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Gaziantep’in Şahinbey ilçesinde yer alan ortaokullarda ve liselerde eğitimine devam eden 3058 öğrencidir. Öğrencilerin 2080’i kız, 978’i ise erkek öğrencilerdir. Yürütülen araştırmada “Kişisel Bilgi Formu”, “Çocuklarda Anksiyete ve Depresyon Ölçeği”, “Yenilenmiş-Çocuk Formu” ve “Çocuk ve Ergenler için Başa Çıkma Ölçeği” gibi ölçekler kullanılmıştır. Verilerin analizinde t-Testi ve ANOVA gibi yöntemler kullanılmıştır. Yapılan bu çalışmada salgın sürecinde öğrencilerin ruh halindeki bozulmanın arttığı bulunmuştur. Öğrencilerin ruh sağlığındaki bozulmalardan korumak ve engellemek için depresyonla başa çıkma becerilerinin geliştirilmesi ve buna yönelik çalışmaların gerekli olduğu önerilmektedir.

Bu çalışma Beck Depresyon ölçeğini ile iki farklı dönemde pandeminin etkisini lojistik regresyon analizi kullanarak araştırmaktadır. Öğrencilerin, anketin birinci aşaması tam kapanma sürecine girerken yapılmış, ikinci aşaması ise kapanma sürecinden çıkarken yapılmıştır. Böylelikle karantinanın öğrencilerin ruhsal durumu veya depresyon düzeyi üzerinde yarattığı etki

araştırılmıştır. İki dönem arasında meydana gelecek olan değişim tam kapanmanın etkisini yansıtacaktır. Öğrencilerin depresyon şiddetlerindeki değişimi çevrim içi toplanan anket verileriyle ölçülmüştür. Literatürdeki mevcut diğer çalışmalardan farklı olarak öğrencilerin depresyon düzeylerindeki değişim ve bunun belirleyicilerinin araştırılmasında bu çalışmada Lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır.

3. Veri Seti ve Yöntem

Üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin ölçmek ve bunu etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla lise, lisans, yüksek lisans ve doktora olmak üzere 350 öğrenciye çevrimiçi anket uygulanmıştır. Demografik özellikleri ve Beck Depresyon ölçeğini içeren anket çalışması öğrencilere iki defa uygulanarak her iki dönem için ayrı ayrı depresyon düzeyleri belirlenmiştir. Yaş düzeyleri 14 ile 38 arası değişmektedir. Öğrencilerin %74'ü 18 yaş üstü, %68'nin kadın olduğu, %26,sı lise, %68,i lisans, %2 yüksek lisans, %4, ü doktora programında eğitim görmektedir. Depresyon düzeyi birinci ankete göre ortalaması 14,14 yani Beck Depresyon Envanterine göre hafif depresyon ve ikinci anketin ortalamasına göre 17 yani orta şiddette depresyon olduğunu göstermektedir. Anketin demografik kısmında depresyon düzeyini belirleyici sorular kullanılmıştır. Bu soruların belirlenmesinde ilgili literatürden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenler ve bunlara ilişkin açıklamalar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Değişkenler ve Tanımları

Bağımlı Değişken
Y: Depresyon Düzeyi (Beck Depresyon ölçeğine göre orta ve üzeri depresyon değeri için 1 diğer durum için 0 değerini alan kukla değişken)
Açıklayıcı Değişkenler
X1: Covid-19'a yakalandın mı? Evet: 1
X2: Yaş
X3: Online eğitimden memnun musunuz? Evet: 1
X4: Sigara kullanıyor musunuz? Evet: 1
X5: Alkol kullanıyor musunuz? Evet: 1
X6: Ailenizle yaşamak sizi mutlu ediyor mu? Evet: 1
X7: Duygularını ifade etmede güçlük çekme? Evet: 1
X8: Kendini yalnız hissetme durumu? Evet: 1

Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler Tablo2’de verilmiştir. Tablo da yer alan özet istatistikler incelendiğinde değişkenlere ait ortalama değerlerin yer aldığı görülmektedir. Ortalama değeri en yüksek olan değişken X_7 dir . Gözlem sayısı ise 350’dir.

Tablo 2: Özet İstatistikler (Tam Kapanma Öncesi)

Değişkenler	Gözlem				
	Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
Y	350	.32	.4712121	0	1
X1	350	.26	.4430875	0	1
X2	350	21.62	5.046.276	14	38
X3	350	.38	.4903144	0	1
X4	350	.36	.4848732	0	1
X5	350	.28	.4535574	0	1
X6	350	.80	.404061	0	1
X7	350	.74	.4430875	0	1

Not: X1: Covid-19 a yakalanan, X2: yas, X3: çevrimiçi eğitimden memnun, X4: sigara kullanan, X5: alkol kullanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X7: Duygularını ifade etmede güçlük çeken.

Tabloda değişkenlerin minimum ve maksimum değerleri bulunmaktadır. Standart sapması en yüksek olan değişken 5.04 değeri ile yaş değişkenidir. Depresyon düzeyinin ortalaması %32’dir. Öğrencilerin %26’sı Covid-19’a yakalanmıştır. Yaş ortalaması 21.62’dir. Öğrencilerin %38’i online eğitimden memnun. Öğrencilerin %36’sı sigara ve %28’i alkol kullanıyor. Öğrencilerin %80’i ailesi ile yaşamaktan mutlu. Duygularını ifade etmekte güçlük çeken öğrenci yüzdesi ise %74’dür.

Tablo 3: Özet İstatistikler (Tam Kapanma Sonrası)

Değişkenler	Gözlem				
	Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
Y	350	.44	.5014265	0	1
X1	350	.26	.418452	0	1
X6	350	.74	.4430875	0	1
X8	350	.64	.4848732	0	1

Not: X1: Covid-19 a yakalanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X8: Kendini yalnız hisseden.

Tam kapanma sonrası aynı öğrenciler üzerine yapılan ankete ait özet istatistikler Tablo 3'te verilmiştir. Tabloda yer alan özet istatistikler incelendiğinde değişkenlere ait ortalama değerlerin yer aldığı görülmektedir. Ortalama değeri en yüksek olan değişken X'_6 'dır. Tabloda değişkenlerin minimum ve maksimum değerleri bulunmaktadır. Standart sapması en yüksek olan değişken 0.50 ile depresyon düzeyidir. Depresyon düzeyinin ortalaması %44'dür. Öğrencilerin %26'sı Covid-19'a yakalanmıştır. Öğrencilerin %74'ü ailesiyle yaşamaktan mutlu olduğunu belirtmiştir. Ankete katılan öğrencilerin %64'ü duygularını ifade etmekte güçlük çektiği görülmektedir.

3.1 Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ)

Kişinin depresyon belirtilerine sahip olup olmadıklarını belirlemek amacıyla Beck Depresyon Ölçeği uygulanmaktadır. Bu ölçeğin hem yetişkinlerde hem de ergenlerde kullanımı uygundur. Anket çoktan seçmeli olmak üzere 21 maddeden oluşmaktadır. Her madde bir depresyon belirtisini gösterir. Bir öz-bildirim aracı olduğu için BDÖ tüm dünyada en yaygın olan ölçektir ve Beck, ve diğerleri (1979) tarafından geliştirilmiştir. Ulusoy ve diğerleri (1998) tarafında Türkiye versiyonu ortaya konulmuştur. Bu ölçeğin Psikometrik özellikleri araştırılarak yeterli seviyede güvenilirlik ve geçerliğe sahip olduğu anlaşılmıştır. Ölçekteki puanların toplamı 0 ile 63 arasında değişmektedir ve puanlar yükseldikçe depresyonun şiddetinin fazlalığını göstermektedir: 0-16 puan hafif düzeyde, 17-29 puan orta düzeyde, 30-63 puan ise şiddetli düzeyde depresyon belirtisini göstermektedir. Çalışmada tam kapanma önce ve sonrası dönemlerde yapılan anket sonuçlarından elde edilen sonuçlara göre birinci ankette BDÖ'nün ortalaması 14,14 iken ikinci ankette 17 olarak bulunmuştur. Buna göre tam kapanma öncesi ankete katılan öğrencilerde ortalama depresyon şiddeti hafif depresyon iken tam kapanma sonrasında yapılan ikinci ankette öğrencilerde orta depresyon olduğu bulunmuştur. Buna göre bir ay süren tam kapanma sürecinde öğrencilerin depresyon düzeyinde bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

3.2. İkili Lojistik Regresyon (Logit Model)

Öğrencilerin depresyon düzeylerinin belirleyicilerini araştırmak için ikili lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Logit modeller, ikili değer alan nitel bağımlı değişkenler için oluşturulmuş doğrusal olmayan yani uygun dönüşümler yapılarak doğrusal hale getirilebilen bir regresyon modelidir. Bağımlı değişkenin 0 ile 1 şeklinde ikili değerler alması bir durumun varlığını ve yokluğunu ifade

eder. Tahmin edilen bağımlı değişkendeki ikili durum öğrencide depresyon var veya depresyon yok, öğrenci sağlıklı veya hasta gibi birbirini tamamen dışlayan (mutually-exclusive) bir ikili durumlarda lojistik regresyonu kullanabiliriz.

Lojistik regresyon analizi pandemi döneminde öğrencilerin depresyon geçirme olasılığı ile modeldeki açıklayıcı değişkenler arasındaki sebep-sonuç ilişkisini açıklamaya çalışan bir yöntemdir. Bu yöntemle açıklayıcı değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkiler olasılık olarak hesaplanmaktadır. Modeldeki bağımsız değişkenler sürekli veya kesikli değerler alan değişkenlerden oluşabilir. Bu yöntem ile gözlemler gruplara ayrılabilir ve yeni gözlemlerin uygun gruplara ayrılmasında yani sınıflanmasında tercih edilen bir yöntemdir. Lojistik regresyon modellerinde bağımlı değişkenin kategorik bir değişken olarak ikili veya çoklu kategorilere ayrıştığı modellerde vardır, ancak bu çalışmada ikili logit modeli tercih edilmiştir.

Bu modelde depresyon düzeyinin artması olayı ile açıklayıcı değişkenler arasındaki ilişki aşağıdaki gibidir.

$$P_i = E(Y = 1|X) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_i)}} \quad (1)$$

şeklindeki lojistik birikimli dağılım fonksiyonundan türetilmektedir.

Bu modelde kullanılan açıklayıcı değişkenler $-\infty$ dan ∞ 'a kadar değer alabilirken P_i 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Model doğrusal olmadığı için bu modelin parametre tahminleri OLS ile gerçekleştirilememektedir, fakat yapılacak bazı dönüşümler ile model doğrusal hale getirebilmektedir. Burada P_i depresyona girme olasılığı ise $(1 - P_i)$ depresyona girmeme olasılığı olur. Eğer $\frac{P_i}{1 - P_i}$ tanımladığımızda, bu oran depresyon var olayının depresyon yok olayına oranı olarak ifade edilir ve Odds oranı (bahis oranı) şeklinde adlandırılır. Denklem her iki tarafının e tabanına göre logaritmasını alırsak, aşağıda verilen eşitlik elde edilir (Kramer 1991).

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \beta_1 + \beta_2 X_i \quad (2)$$

Burada bulunan L_i Odds oranının logaritmasıdır. Böylece model açıklayıcı değişkenler ve katsayılar için doğrusal hale getirilmiştir. Bu modelde bilinmeyen parametrelerin tahmini maksimum olabilirlik tahmin edicisi ile gerçekleştirilmektedir.

P_i ' nin her bir X_i ' değişkenindeki 1 birimlik değişime olan tepkisi marjinal etkiler ile hesaplanır ve aşağıdaki gibi gösterilir.

$$\frac{\partial P_i}{\partial X_i} = \hat{\beta}_2 P_i(1-P_i) \quad (3)$$

Marjinal etkiler X_i 'deki 1 birimlik değişime karşılık depresyona girme olasılığındaki (P_i) değişimi verir. Bu değişim yalnızca ilgili değişkenin tahmin edilen katsayısına bağlı değildir, aynı zamanda değişimin ölçüldüğü olasılığın değerine de bağlıdır.

Dünyanın neredeyse tümünü etkileyen Covid-19 pandemisi özellikle öğrencileri psikolojik olarak etkilediği düşünülmektedir. Pandemi Gençlerin etkileyen fiziksel hareketliliği kısıtlayarak yaşam kalitesinin bozulmasını ve depresyona yatkınlığı arttırabilmektedir. Bu çalışmanın amacı Covid-19 döneminde lise, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin depresyon düzeylerinin ölçülmesi ve pandemi sürecince depresyon düzeylerindeki değişimi etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde, ilk anket online olarak 350 öğrenci ile pandeminin tam kapanma öncesi dönemi olan Nisan 2021 tarihinde uygulanmıştır. İkinci anket ise bir ay sonra Mayıs ayında tam kapanma sonrası aynı bireylere tekrar uygulanarak, öğrencilerin kaygı düzeyindeki değişim ölçülmüştür. Her iki dönem için depresyon düzeyinin belirlenmesin Beck Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada depresyonu etkileyebilecek faktörler ilgili alandaki literatürün daha önce ortaya koyduğu bazı değişkenlerdir. Çalışmada depresyonu etkileyen faktörler olarak Covid-19'a yakalanma, yaş, online eğitim, sigara ve alkol kullanma, aile ile beraber yaşama, kendini yalnız hissetme ve duygularını ifade etmekte güçlük çekme gibi depresyonu etkileyebilecek faktörler kullanılmıştır. Çalışmada depresyonu etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesinde lojistik regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Bunun için iki farklı dönem için iki ayrı regresyon modeli kurulmuştur. Her iki regresyon denklemi için bağımlı değişkenler ilgili dönemdeki ortalama depresyon düzenin Beck Depresyon Ölçeği skoruna göre orta ve üzeri şiddette depresyona sahipse depresyonun varlığını ve diğer durumda ise yokluğunu ifade eden kukla değişken olarak belirlenmiştir. Belirlenen düzeyde depresyon vardır veya yoktur şeklinde yorumlanmıştır. Çalışmada öğrencilerin %71'i 18 yaş üstü, %69,5'i kadın olduğu, depresyon şiddetinin ilk anket sonucuna göre ortalama hafif şiddette, ikinci anket sonucuna göre ise orta düzeyde şiddetli olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu pandeminin öğrenciler üzerinde genel olarak ruhsal durumlarını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Elde edilen bu bulgular ikinci aşamada lojistik regresyon analizinde kullanılmıştır. Beck Depresyon Ölçeğine göre orta ve üstü şiddette olanlar depresyonda diğerleri ise depresyonda değil şekilde varsayılarak oluşturulan kukla değişken bağımlı

değişken olarak kabul edilip, bu değişkeni etkilediği düşünülen depresyonu faktörler ise iki ayrı dönem için oluşturulmuş olan iki ayrı model yardımıyla araştırılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmada tam kapanma öncesi ve sonrasında yapılan iki ayrı anketten elde edilen veri seti için lojistik regresyon analizi uygulanmıştır. Modellerin tahmininden sonra bahis oranları ve marjinal etkiler hesaplanmıştır. Bulgular aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir.

Tablo 4: Lojistik Regresyon (Tam Kapanma Öncesi)

Y	Katsayı	Std. Hata	z	P>z
X1	2.801033	.5065695	5.53	0.000
X2	-0.116683	.0495894	-2.35	0.019
X3	-3.108825	.5867926	-5.30	0.000
X4	-3.786843	.6941617	-5.46	0.000
X5	4.531463	.6862327	6.60	0.000
X6	-4.58915	.7087396	-6.48	0.000
X7	-1.316106	.4737479	-2.78	0.005
Sabit Terim	6.052531	1.338434	4.52	0.000

Not: X1: Covid-19 a yakalanan, X2: yaş, X3: online eğitimden memnun, X4: sigara kullanan, X5: alkol kullanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X7: Duygularını ifade etmede güçlük çeken.

Tablo 4’te depresyona girme ile Covid-19’a yakalananlar (X1) arasında doğrusal ve pozitif bir ilişki vardır. X1 değişkeni için P>z değeri 0.000 olduğundan bu sonuç yüzde 5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Depresyona girme ile yaş (X2) değişkeni arasında doğrusal olmayan ve negatif bir ilişki vardır. X2 değişkeni için P>z değeri 0.019 olduğundan yüzde 5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Depresyona girme ile online eğitimden memnun olma (X3) arasında negatif bir ilişki vardır. X3 değişkeni için P>z değeri 0.000 olduğundan bu değişken istatistiksel olarak anlamlıdır. Depresyona girme ile sigara kullanma (X4) arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. X4 değişkeni için P>z değeri 0.000 olduğundan bu değişken de yine istatistiksel olarak anlamlıdır. Alkol kullanımı (X5) ile depresyon arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. X5 değişkeni için P>z değeri 0.000 olduğundan istatistiksel olarak anlamlıdır. Ailesi ile yaşamaktan mutlu olanlar ile depresyon (X6) arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. X6 değişkeni için P>z değeri 0.000 olduğundan

istatistiksel olarak anlamlıdır. Duygularını ifade etmekte güçlük çekmenin (X7) depresyonla negatif yönlü bir ilişkisi vardır. X7 değişkeni için $P>z$ değeri 0.005 olduğundan istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 5: Lojistik Regresyon (Tam Kapanma Sonrası)

Y	Katsayı	Std. Hata	z	P>z
X1	1.82726	.3347881	5.46	0.000
X6	-2.018159	.3129428	-6.45	0.000
X8	1.569822	.2962232	5.30	0.000
Sabit Terim	-0.1989836	.3503338	-0.57	0.570

Not: X1: Covid-19 a yakalanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X8: Kendini yalnız hisseden.

Tablo 5'te Covid-19'a yakalanma (X1) ile depresyona girme arasında doğrusal ve pozitif bir ilişki vardır. X1 değişkeni için $P>z$ 0.000 olduğundan istatistiksel olarak anlamlıdır. Ailesiyle yaşamaktan mutlu olma durumu (X6) ile depresyon arasında negatif bir ilişki vardır. X6 değişkeni için $P>z$ değeri 0.000 olduğundan istatistiksel olarak anlamlıdır. Kendini yalnız hissetme durumu (X8) ile depresyon arasında pozitif bir ilişki vardır. X8 değişkeni için $P>z$ değeri 0.00 olduğundan bu değişken istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6: Odds Oranları (Bahis Oranları) (Tam Kapanma Öncesi)

Y	Odds Oranı	Std. Hata	z	P>z
X1	16.46164	8.338964	5.53	0.000
X2	0.8898666	.0441279	-2.35	0.019
X3	0.0446534	.0262023	-5.30	0.000
X4	0.022667	.0157346	-5.46	0.000
X5	9.289433	6.374713	6.60	0.000
X6	0.0101615	.0072019	-6.48	0.000
X7	0.2681775	.1270485	-2.78	0.005
Sabit Terim	425.188	569.086	4.52	0.000

Log. Olabilirlik = -93.8452

Tablo 6'da hesaplanan Odds oranlarına baktığımızda, Covid-19'a yakalanan öğrencilerin depresyona girme oranı 1.64, yaş değişkenine bağlı olarak depresyona girme oranı 0.88, online eğitimden memnun olanların depresyona girme oranı 0.04, sigara içenlerin depresyona girme oranı 0.02, alkol kullananların depresyona girme oranı 9.28, ailesiyle yaşamaktan mutlu olanların depresyona girme oranı 0.01 ve duygularını ifade etmekte güçlük çekenlerin

depresyona girme oranı 0.26'dır. X1 ve X5 değişkenleri 1'den büyük ve pozitif bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlara göre ilgili değişkenlerdeki yaşanacak bir birimlik artışın öğrencinin depresyona girme Odds oranını arttırmaktadır. X2, X3, X4, X6 ve X7 değişkenlerinin 1'den düşük bir değer alıyor olması depresyona girme Odds oranını azaltmaktadır.

Tablo 7: Odds Oranları (Bahis Oranları) (Tam Kapanma Sonrası)

Y	Odds Ratio	Std. Err.	z	P>z
X1	6.21683	2.081321	5.46	0.000
X6	0.1328999	.0415901	-6.45	0.000
X8	4.805791	1.423587	5.30	0.000
Sabit Terim	0.8195633	.2871207	-0.57	0.570

Log. Olabilirlik = -183.862

Tablo 7'de verilen Odds oranları Covid-19'a yakalanan öğrencilerin depresyona girme oranı 6.216', ailesiyle yaşamaktan mutlu olanların depresyona girme oranı 0.13 ve duygularını ifade etmekte güçlük çekenlerin depresyona girme oranı 4.80 olarak hesaplanmıştır. X1 ve X8 değişkenleri 1'den büyük ve pozitif bulunmuştur. Buna göre, ilgili değişkenlerdeki yaşanacak bir birimlik artışın öğrencinin depresyona girme Odds oranını arttırmaktadır. X6 değişkeninin 1'den düşük bir değer alıyor olması depresyona girme Odds oranını azaltmaktadır.

Tablo 8: Marjinal etkiler (Tam Kapanma Öncesi)

Değişkenler	dy/dx	Std. Hata	P>z
X1	0.5171988	.09263	0.000
X2	-0.015632	.00666	0.019
X3	-0.3550294	.05883	0.000
X4	-0.4091145	.06563	0.000
X5	0.7813713	.07129	0.000
X6	-0.8112874	.06351	0.000
X7	0.2155842	.08668	0.013

Not: X1: Covid-19 a yakalanan, X2: yas, X3: online eğitimden memnun, X4: sigara kullanan, X5: alkol kullanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X7: Duygularını ifade etmede güçlük çeken.

Tablo 8'de tam kapanma öncesi dönem için hesaplanan marjinal etkilere ait sonuçlara yer verilmektedir. Ailesiyle yaşamaktan mutlu olan öğrencilerin mutlu olmayan öğrencilere göre depresyona girme olasılığının %81 daha az

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Covid-19'a yakalanan öğrencilerin yakalanmayan öğrencilere oranla depresyona girme olasılığı %51 daha fazladır. Yaşın bir birim büyümesi depresyona girme olasılığını %1 azaltmaktadır. Sigara kullananların sigara kullanmayanlara oranla depresyona girme olasılığı yaklaşık %41 daha azdır. Duygularını ifade etmede güçlük çeken öğrencilerin, güçlük çekmeyen öğrencilere oranla depresyona girme olasılığı %21 daha fazladır. Alkol kullananların kullanmayanlara oranla depresyona girme olasılığı %78 daha fazladır. Online eğitimden memnun olanların olmayanlara oranla depresyona girme olasılığı %35 daha azdır.

Tabla 9: Marjinal Etkiler (Tam Kapanma Sonrası)

Değişkenler	dy/dx	Std. Hata	P>z
X1	0.4230554	.06479	0.000
X6	-0.4620991	.05825	0.000
X8	0.3536175	.05776	0.000

Not: X1: Covid-19'a yakalanan, X6: ailesiyle yaşamaktan memnun, X8: Kendini yalnız hisseden.

Tablo 9'daki sonuçlara göre kendini yalnız hisseden öğrencilerin hissetmeyenlere oranla depresyona girme olasılığı %35 daha fazladır. Covid-19'a yakalanan öğrencilerin yakalanmayan öğrencilere oranla depresyona girme olasılığı %42 daha fazladır. Ailesi ile yaşamaktan memnun olmanın depresyona girme olasılığını memnun olmayanlara göre %46 daha azalttığı görülmektedir.

Elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında tam kapanma öncesinde ankete katılan öğrencilerin depresyon düzeyinin ortalaması %32 iken tam kapanma sonrasında bu oran %44'e çıkmıştır. Burada hesaplanan %12'lik bir artış öğrencilerin pandemi sürecinde tam kapanma dönemine girerken değil de tam kapanma dönemi sonrasında depresyon düzeyinde artış olduğunu göstermektedir. Tam kapanma öncesinde öğrencilerin aileleri ile yaşamaktan mutlu olması oranı %80 iken bu oran tam kapanma bittiğinde %74'e düşmüştür. Bu durumda öğrencilerin tam kapanma sürecinde ailesiyle birlikte yaşamamasından duyduğu memnuniyette %6'lık bir azalış olduğu göstermektedir.

Tam kapanma öncesi ve sonrasında Marjinal Etkilerde meydana gelen değişimler incelendiğinde. Tam kapanma süreci sonunda, Covid-19'a yakalanan öğrencilerin yakalanmayan öğrencilere oranla depresyona girme olasılığında azalış görülmektedir. Öğrencilerin aileleri ile yaşamaktan mutlu olanların, mutlu olmayan öğrencilere oranla depresyona girme oranında artış görülmektedir. Bu sonuçlar genel olarak hesaplanan oranlar ile tutarlıdır.

5. Sonuç

Bu çalışma, Covid-19 pandemisinde tam kapanma süreci öncesi ve sonrasındaki dönemlerde öğrencilerin depresyon düzeylerinin şiddeti üzerinde etkisi olan faktörlerin incelemektedir. Bunun için rastgele seçilen 350 öğrenciye çevrimiçi anket uygulanmıştır. Aynı kişilere 1 ay sonra tam kapanma dönemi sonrasında aynı anket tekrar uygulanmıştır. Beck Depresyon Ölçeği ve demografik özelliklerin olduğu anket öğrencilerin pandemiyle depresyona girme olasılıkları arasında ilişki kurularak uygulanmıştır. Lojistik regresyon analizi yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada model tahmin log-bahis oranları ve edilerek marjinal etkiler hesaplanmıştır. Ayrıca çalışmada özet istatistikler, her iki dönem için karşılaştırılarak tam kapanmanın depresyon skorlarında yarattığı farklılık ortaya konulmuştur. Çalışmada elde edilen bulgular tam kapanma sonrasında öğrencilerin depresyon düzeylerinin arttığını göstermektedir. Buna göre tam kapanma ve sosyal izolasyonun öğrencilerin depresyon düzeyini arttırmaktadır. Ayrıca tam kapanma sonrasında aile ile birlikte yaşamaktan mutlu olma oranının düştüğü görülmektedir. Bu durum birlikte geçirmek zorunda kalınan sürelerde pandemi ve diğer faktörlerin yarattığı kaygı ve depresyonun aile içerisinde diğer aile bireylerine yansıdığını göstermektedir. Bu konu için ayrıca bir araştırma yapılması önerilmektedir.

Tam kapanma öncesi depresyona etki eden faktörlere için elde edilen sonuçlardan hareketle, Covid-19'a yakalanmanın beklenildiği gibi depresyona girme olasılığını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ailesiyle yaşamaktan memnun olan ortalama bir öğrencinin memnun olmayan ortalama bir öğrenciye göre depresyona girme olasılığına %81 daha fazladır. Bu sonuç öğrencilerin depresyon kaynağının çoğunlukla ailesel sorunlar olduğunu göstermektedir. Bunun yanında alkol kullanımının depresyonu ciddi düzeyde artırıcı bir neden olduğu sonucu elde edilmiştir. Ancak bu sonuç depresyon kaynaklı alkol kullanımından da kaynaklanabilir. Dolayısıyla burada karşılıklı etkileşimi dikkate alan modellerin ve tahmin tekniklerinin kullanılması gerekmektedir. Bu ise ayrı bir çalışma konusu olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan online eğitimden memnun olan ortalama bir öğrencinin memnun olmayan bir öğrenciye göre depresyona girme olasılığı azalmaktadır. Bu sonuç eğitim sisteminde çevrim içi yöntemine geçmenin yarattığı yeniliğe adaptasyon ile açıklanabilir. Bu yeni duruma adapte olmak öğrencilerin depresyona girme olasılığını azaltmaktadır. Depresyona girme durumunu çok az etkileyen yaş değişkeninin depresyona girmede çok etkili bir faktör olmadığı görülmektedir.

Ayrıca duygularını ifade edebilmekte zorlanmanın depresyona girme olasılığını beklenildiği gibi arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Tam kapanma sonrası için yapılan tahmin sonuçlarına göre yine Covid 19 hastalığına yakalanma ve kendini yalnız hissetme depresyona yakalanma riskini artırırken, ailesi içerisinde mutlu olmanın depresyona yakalanma olasılığını azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç öğrencilerin depresyona girmesi üzerinde aile içi faktörlerin oldukça önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Öğrencilerin kısmi veya tam kapanma sürecinde arkadaş, akraba, sosyal yaşam gibi değerlerden hem kendini izole etmesi hem de çevresindeki insanların sağlıklarını izole etmeye çalışması depresyona dayanıklılıklarında zorlayıcı bir etken olduğu görülmektedir. Dahası, aile içi sorunlar depresyona doğrudan etki etmektedir. Sonuç olarak bu çalışmada sadece öğrenciler üzerine pandeminin psikolojik etkileri araştırılrsa da pandeminin her yaş grubunu etkilediği düşünülmektedir. Ancak, öğrencilerin hayatlarında önemli bir etkisi olan pandemi sürecinde özellikle öğrencilere yönelik destekleyici psikolojik çalışmalar yapılmalıdır ve öğrencilere gereken psikolojik destek sağlanması önerilmektedir.

Kaynakça

Almıaçık, E., Of, M., Balkaş, J., Tülemez, S., Mirzayev, M., & Alferra, H. (2021). Pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin psikolojik dayanıklılıkları ve umutsuzluklarının kariyer geleceği algısı üzerindeki etkileri. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(1), 248-266.

Bayar, B. D., Can, S. Y., Erten, M., & Ekmen, M. (2021) Covid-19 Pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin depresyon ve stres düzeylerinin belirlenmesi. *Paramedik ve Acil Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(1), 12-25.

Beck, A. T., Rush, A. J., Shaw, B. F., & Emery, G. (1979). *Cognitive therapy of depression: A treatment manual* New York: Guifford Press.

Koç, E, & Başgöl, Ş. (2023). COVID-19 Salgını sürecinde ebelik öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin incelenmesi. *Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 467-473.

Dikmen, M. (2021). COVID-19 Salgınında üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: Bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.

Keskin, H., İ., (Aralık 2018) Çukurova üniversite öğrencileri arasında sigara kullanımını etkileyen faktörler. II. International Symposium on Economics, Finance and Econometrics, December 6-7, Bandırma/Balıkesir.

Kramer, J.S. (1991). *The Logit Model For Economists*. Edward Arnold, London.

Türk, F., Kul, A., & Kılınç, E. (2021). Depression-anxiety and coping strategies of adolescents during the Covid-19 pandemic. *Turkish Journal of Education*, 10(2), 58-75.

Ulusoy, M., Sahin, N. H., & Erkmén, H. (1998). Turkish version of the Beck Anxiety Inventory: Psychometric properties. *Journal of cognitive psychotherapy*, 12(2), 163.

İpekoğlu, H. Y. (2021). Karantina gnlkleri: niversite ğrencileri gözünden koronavirs (Covid-19) pandemisi ve karantina süreci. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14(33), 162-183.

Zandifar, A., & Badrfam, R. (2020). Iranian mental health during the COVID-19 epidemic. *Asian journal of psychiatry*, 51, 101990.

BÖLÜM V

BAĞIMSIZ DENETİMDE BEKLENTİ BOŞLUĞUNUN BİLEŞENLERİ, AKTÖRLERİ, NEDENLERİ VE AZALTMA YOLLARI

The Components, Actors, Causes and Reducing Ways of Audit Expectation Gap

Serhat ŞAMİL

(Arş. Gör. Dr.), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

E-mail: sesamil@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4075-9268

1. Giriş

Denetimde beklenti boşluğu, finansal raporlama ve güvence alanında, kamuoyunun beklentisi ile denetçilerin karşılaştığı pratik gerçekler arasındaki ayrımı temsil eden kritik ve karmaşık bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu olgu, çeşitli aktörlere sahip, karmaşık biçimde birbiriyle ilişkili bileşenlerden oluşan ve çok sayıda nedenden etkilenen çok yönlü bir yapıdadır. Denetimde beklenti boşluğunun katmanlarını araştırdıkça, paydaşların, denetçilerin, düzenleyici kurumların ve gelişen iş ortamının, bu boşluğun oluşumunda ve sürdürülmesinde bütünleyici rol oynadığı görülmektedir. Yatırımcılar ve düzenleyici kurumlardan kamuoyuna kadar uzanan paydaşlar cephesi, denetim sürecine ilişkin beklentilerini şekillendiren farklılaşan algılara ve beklentilere sahip olabilmektedir. Bu karmaşık boşluğun bağlantı noktasını oluşturan ise standartlar ve kısıtlardır. Standartlar ve kısıtlar çerçevesinde sahada en aktif rol üstlenen aktör ise denetçilerdir. Aktörlerin, bileşenlerin ve ortaya çıkaran nedenlerin iyi bilinmesi beklenti boşluğunun nasıl azaltılacağına cevabını bulmaya da katkısı olmaktadır.

Çalışmada, beklenti boşluğunun tanımları, özünü oluşturan karmaşık bileşenleri, ilgili çeşitli aktörleri ve varlığını körükleyen temel nedenleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, beklenti boşluğunu azaltmak için literatürde önerilen çözüm yolları öz bir şekilde sunulmuştur. Bu bağlamda eğitimin, etkili iletişimin ve regülasyonlarda iyileştirmeler yapmanın öne çıktığı da görülmektedir.

2. Beklenti Boşluğu Tanımları

Denetimde beklenti boşluğu çok karmaşık bir kavram olarak kabul edilmektedir (Quick, 2020). Bu nedenle literatürde çok fazla tanıma rastlanmaktadır. İlgili literatürde öncü kabul edilen araştırmacı Liggio (1974) bağımsız denetimde beklenti boşluğunu, denetçilerin performansına ilişkin beklenti üzerinden ele almıştır. Liggio (1974), denetçilerin ortaya koyabilecekleri performans ile finansal tablo kullanıcılarının bu konudaki beklentileri arasındaki farkı beklenti boşluğu olarak tanımlamıştır. Cohen (1978) ise beklenti boşluğunu, toplumun denetçilerden beklediği ve denetimde neye ihtiyaç duyduğunu temsil eden seviye ile denetçilerin rasyonel olarak başarabileceklerini umdukları seviye arasındaki fark olarak tanımlamıştır. Porter (1993) ise beklenti boşluğunu, toplumun denetçilerden beklentileri ile denetçilerin toplum tarafından algılanan performansı arasındaki fark şeklinde tanımlamıştır.

Liggio (1974) “denetçilerin ortaya koyabilecekleri performans” ifadesini kullanırken Cohen (1978), bunun biraz daha ötesine götürerek “Denetçilerin rasyonel olarak başarabileceklerini umdukları seviye” şeklinde bir ifade kullanmıştır. Yani Cohen (1978) beklenti boşluğunun daha geniş bir alanı temsil ettiğini belirtmektedir. Porter (1993) de beklenti boşluğu alanını biraz daha genişletmiş ve “denetçilerin toplum tarafından algılanan performansı” şeklinde yeni bir sınır göstermiştir.

Porter (1993), denetçilerin rasyonel olarak tespit edilen ve ulaşılması beklenen başarılı denetim seviyesine her zaman ulaşamayacağını ve burada bir boşluk daha oluşacağını belirtmektedir. Ayrıca denetimde beklenti boşluğu kavramı yerine bu detaya işaret eden “Denetimde Beklenti-Performans Boşluğu” ifadesini kullanmıştır.

Literatürde yer alan diğer tanımlara göre denetimde beklenti boşluğu;

Kamuoyunun ve mali tablo kullanıcılarının muhasebecilerin, denetçilerin sorumlu olduğuna inandıkları şeyler ile muhasebecilerin ve denetçilerin kendilerinin sorumlu olduğuna inandıkları şeyler arasındaki farktır (Guy ve Sullivan 1988),

Toplumun denetim mesleğinden beklentileri ile denetim mesleğinin gerçekte sunabileceği şeyler arasındaki farktır (Jennings, Kneer, ve Reckers 1993),

Paydaşların ve finansal tablo kullanıcılarının denetçilerin sorumlulukları olarak gördükleri şeyler ile denetçilerin gerçekte yaptıkları arasındaki farktır (AICPA, 1993),

Kamuoyunun ve mali tablo kullanıcılarının denetçilerin yapabilecekleri ve yapmaları gerektiğine inandıkları ile denetçilerin yapabilecekleri ve yaptıkları arasındaki farktır (Humphrey, Moizer, ve Turley 1993),

Denetçilerin üstlendiği görev ve sorumluluklar ile denetim raporlarının ilettiği mesajlar konusunda denetçiler ile kamuoyu arasındaki inanç farklılığıdır (Monroe ve Woodliff 1994),

Kamuoyunun denetçilerin mevcut yasal düzen kapsamındaki yasal rol ve sorumluluklarına ilişkin beklentileri ile denetçilerin kamuoyu tarafından algılanan performansı arasında farktır (Ruhnke ve Schmidt 2014),

Kamuoyunun denetçilerin ne yaptığını ilişkin düşünceleri ile kamuoyunun denetçilerden yapmalarını bekledikleri arasındaki farktır (ACCA, 2019),

Finansal tablo kullanıcılarının denetçiden ve finansal tablo denetiminden bekledikleri ile denetime ilişkin yasal gereklilikler arasındaki farktır (Coram ve Wang 2021),

Kamuoyunun ve diğer paydaşların denetçilerin yaptıklarını algıladıkları ile denetçilerin yaptıklarına inandıkları arasındaki farktır (IFAC 2021).

Yapılan tanımlamalarda odaklanılan ortak temaların denetim mesleği, denetçinin performansı, denetçinin görev ve sorumlulukları ve kamuoyunun algı, inanç ve beklentisinin olduğu görülmektedir.

Beklenti boşluğu tanımlarında görüldüğü üzere taraflar söz konusudur. Esasında tüm toplum beklenti boşluğunun oluşmasında rol oynamakta olsa da bazıları spesifik olarak öne çıkmaktadır.

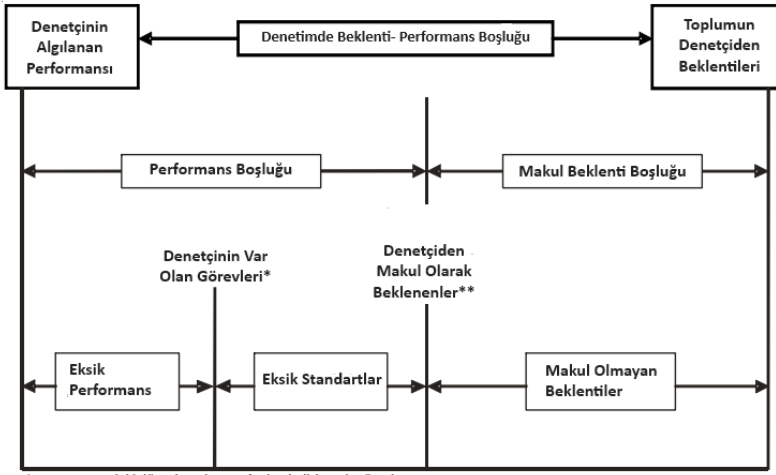
3. Denetimde Beklenti Boşluğunun Bileşenleri

Denetimde beklenti boşluğu çok yönlü bir olgu olup çeşitli bileşenler bunun varlığına katkıda bulunmaktadır. Bu bileşenler algı, beklenti ve pratiklerin farklılaşması şeklinde özetlenebilse de farklı bakış açılarını temsil etmektedir. Porter (1993) beklenti boşluğu olgusunu bileşenlerine ayıran ilk araştırmacıdır.

Porter (1993)'a göre beklenti boşluğu “performans boşluğu” ve “makul beklenti boşluğu” olmak üzere iki ana bileşenden oluşmaktadır. Performans boşluğu da “Eksik Performans Boşluğu” ve “Eksik standartlar Boşluğu” şeklinde

iki alt boyuttan oluşmaktadır. Porter (1993)'ın genel beklenti boşluğunun bileşenleri Şekil 1' de sunulmuştur.

Performans boşluğu, kullanıcıların denetçilerden ulaşmayı bekledikleri ile denetçilerin gerçekçi olarak ulaşılabilir olduğuna inandıkları arasındaki farklılaşmayı temsil etmektedir. Örnekleme kullanımı ve mutlak güvence sağlayamama gibi denetim sürecinin kısıtlarının anlaşılması bu boşluğu arttıracak durumlara örnek olarak verilebilir. Diğer bir ifadeyle, kamuoyunun denetçilerin tüm hataları veya yanlışlıkları ortaya çıkarabileceği beklentisi performans boşluğuna ve bu da dolaylı olarak daha çok genel beklenti boşluğuna sebep olacaktır.



*Kanun ve mesleki düzenlemeler tarafından belirlenmiş görevler

**Denetçilerin toplumdaki rolüyle uyumlu ve denetçilerin yerine getirmesi maliyet açısından faydalı olan görevler

Şekil 1: Porter'a Göre Beklenti Boşluğu Bileşenleri

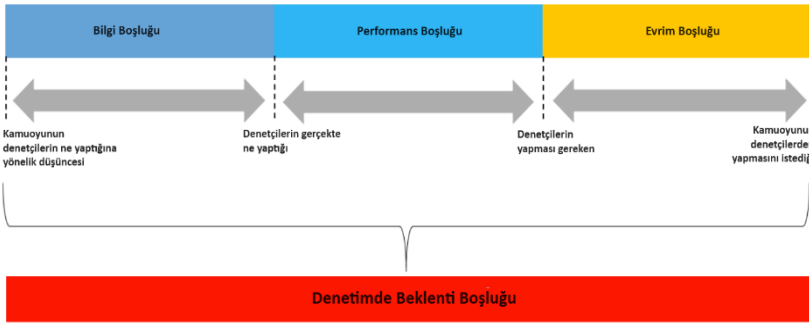
Kaynak: (Porter 1993)

Eksik performans boşluğu denetçinin algılanan performansı ile denetçinin var olan görevleri arasındaki farklılaşmayı temsil etmektedir. Kamuoyu denetçilerin belirli standartları karşılama beklendiğinde performans eksiklikleri ortaya çıkabilir. Performanstaki eksiklikler, paydaşların beklentilerinin denetçilerin makul olarak sunabileceklerini aştığı düzeyde genel beklenti boşluğunu da arttıracaktır.

Eksik standartlar boşluğu, kamuoyunun denetçilerden makul düzeyde ne yapmalarını bekledikleri ile denetim standartlarına göre denetçilerin gerçekte ne yapmaları gerektiği arasındaki farkları ifade eder. "Eksik Standartlar Boşluğu" tabirinin kullanılması, uygulamada eksikliklerin, yetersizliklerin veya denetim standartlarına uyulmasında eksikliklerin olduğu bir duruma işaret etmektedir.

Makul beklenti boşluğu, toplumun denetçilerden beklentilerinin makul olmayan kısmını temsil etmektedir. Denetçiler sonuç ve rapor sunarken mutlak güvence değil, makul güvence sağlayabilmektedir. Bu, denetçilerin prosedürlerini yerine getirirken, tüm önemli yanlışlıkların tespit edilememesi riskinin her zaman mevcut olduğu anlamına gelir. Denetçilerin sonuç ve görüşleri her zaman makul güvence düzeyinde sunulabilmektedir. Toplumun beklentileri de bu makuliyetten uzaklaştıkça makul beklenti boşluğu oluşacak ve genel beklenti boşluğunu da arttıracaktır.

ACCA (2019) ise beklenti boşluğunu üç farklı boyutla ele almaktadır. Bunlar; “Bilgi Boşluğu”, “Performans Boşluğu” ve “Evrim Boşluğu” şeklindedir. Evrim boşluğu ilk defa ACCA (2019) tarafından kavramsallaştırılmış bir boyuttur. Evrim boşluğu “denetçilerin ne yapması gerektiği ile kamuoyunun denetçilerden ne yapmasını istediği arasındaki fark” şeklinde tanımlanmaktadır.



Şekil 2. ACCA’ya göre Beklenti Boşluğu Bileşenleri

Kaynak: (ACCA), 2019)

Evrim boşluğu denetimin geliştirilmesi gereken alanlara işaret etmektedir. Bunu yapabilmek için de kamuoyunun talebi, teknolojik gelişmeler ve genel denetim sürecinin daha fazla değer katacak şekilde nasıl geliştirilebileceği dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca, neyin geliştirilmesi gerektiği bilgi ve performans boşluklarının da dikkate alınmasıyla mümkün olacaktır. (ACCA, 2019).

Denetçilerin ne yapması gerektiği ile gerçekte ne yaptığı arasındaki fark ise performans boşluğunu oluşturmaktadır. Denetçilerin gerçekte yaptıkları ile kamuoyunun denetçilerin yaptıklarını düşündükleri arasındaki fark ise bilgi boşluğunu oluşturmaktadır. Bu bileşenlerin genel beklenti boşluğunda konumlandırılması şekil 2’ de görsel olarak sunulmuştur.

4. Beklenti Boşluğunun Aktörleri

Denetçiler, denetimlerin denetim standartlarına uygun olarak yürütülmesinden başlıca sorumlu kişilerdir. Çalışmalarına ilişkin beklentilerin yönetilmesinde ve diğer paydaşlara iletilmesinde de önemli bir rol oynarlar. Denetçilerin, denetimin kısıtlarını ve sağladıkları güvencenin niteliğini açıklamak da dahil olmak üzere paydaşlarla etkili bir şekilde iletişim kurmaları gerekir. Bu gibi nedenlerden dolayı, denetimde beklenti boşluğunun en önemli aktörüdür. Yapılan bütün ampirik çalışmalarda denetçiler beklenti boşluğunun baş aktörü olarak araştırmaya dahil edilmiştir.

Muhasebe ve denetime ilişkin yasa veya standartları belirleyen *Düzenleyici kuruluşlar* da beklenti boşluğunun aktörlerindedir. Çünkü yapılan düzenlemeler hem denetim mesleğine hem de denetçilerin performansına yönelik algı ve beklentileri şekillendirirler. Düzenleyici kuruluşlar, beklenti boşluğunun artması ve azalmasında sorumluluk sahibidir. Örneğin, paydaşların makul beklentilerine cevap vermeyen düzenleyici kuruluşların sorumluluğundaki norm ve standartlar “eksik standartlar boşluğunu” arttıracaktır (Şekil 1). Bunun yanı sıra gözetim görevi olan düzenleyici kuruluşlar, standartlara ve etik gerekliliklere uygunluğu sağlamak için de denetçileri denetlerler. Nitekim denetçilerin var olan görevlerini yerine getirmemeleri de “eksik performans boşluğuna” sebep olmaktadır (Şekil 1). Düzenleyici kuruluşlar, beklenti boşluğunu konu edinen birçok ampirik çalışmada da hedef kitle olarak araştırmaya konu olmuşlardır (Akther ve Xu 2020; Ellul ve Scicluna 2022; García-Hernández, Duréndez, ve Rojo-Ramírez 2022; Lin ve Chen 2004).

Yatırımcılar bilinçli kararlar almak için denetlenmiş mali tablolara güvenirlere. Denetimlerin kısıtlarını anlamak, yatırımcıların denetçiler tarafından sağlanan güvence düzeyine ilişkin gerçekçi beklentilere sahip olması açısından çok önemlidir. Örneğin yatırımların rasyonel olmayan beklentileri “makul beklenti boşluğuna” sebep olmaktadır (Şekil 1). Yatırımcılar da beklenti boşluğu araştırmalarında sıkça hedef kitle olarak dikkate alınmaktadır (Füredi-Fülöp 2015; Porter 1993; Pourheydari ve Abousaiedi 2011; Salehi 2016; Salehi, Mansoury, ve Azary 2009; Xu ve Akther 2019).

Kredi sağlayan kuruluşlar da denetlenen şirketin mali durumunu ve riskini değerlendirmek için denetlenmiş mali tabloları kullanmaktadır. Bu açıdan kredi kuruluşlarının beklenti ve algıları da beklenti boşluğunu şekillendirecektir. Bu çerçeveden beklenti boşluğu araştırmalarında kredi kuruluşları da sıkça hedef gruptandır (Dixon, Woodhead, ve Sohliman 2006; Hassink vd. 2009; Lin ve Chen 2004; Nazri Fadzly ve Ahmad 2004).

Denetlenen *şirketlerin yönetimi*, denetçiler ve diğer paydaşlarla şeffaf bir şekilde iletişim kurmalıdır. Ayrıca denetçilerin makul olarak başarabileceklerinin sınırlarını diğer paydaşlara açıkça ifade ederek beklentilerin yönetilmesinde de önemli rol oynarlar. Şirket yöneticileri de bir çok çalışmada beklenti boşluğunun aktörü olarak araştırmaya dahil edilmişlerdir (Füredi-Fülöp 2015; Hassink vd. 2009; Lin ve Chen 2004; Ruhnke ve Schmidt 2014; Xu ve Akther 2019).

Muhasebe ve denetim eğitimi veren *eğitim kurumları*, geleceğin denetçilerinin veya paydaşlarının zihniyetinin ve bilgilerinin şekillenmesine katkıda bulunur. Gerçekçi beklentilerin ve denetim sürecinin anlaşılmasının eğitim müfredatına dahil edilmesi beklenti boşluğunun azaltılmasına yardımcı olacaktır. Bu açılardan *eğitmenler* de beklenti boşluğu araştırmalarında araştırmaya dahil edilebilmektedir (Bui ve Porter 2012; Okafor ve Otalor 2013). Diğer taraftan *denetim eğitimi alan gelecekte mesleği icra edecek kişilerin* de beklenti boşluğu araştırmalarında katılımcı oldukları görülmektedir (Bui ve Porter 2012; Fulop, Tiron-Tudor, ve Cordos 2019; Monroe ve Woodliff 1994; Nguyen ve Nguyen 2020; Okafor ve Otalor 2013).

Bunların dışında *yatırım, kredi ve mali analistler* (Akther ve Xu 2020; Olojede vd. 2020), *müşteriler* (Azagaku ve Aku 2018), *çalışanlar* (Azagaku ve Aku 2018), *finansal danışmanlar* (Füredi-Fülöp 2015) ve *borsa acentaları* (Nazri Fadzly ve Ahmad 2004; Pourheydari ve Abousaiedi 2011) gibi tarafların da beklenti boşluğu araştırmalarında hedef kitle olarak dahil edildiği görülmektedir.

5. Beklenti Boşluğunun Nedenleri

Bir problem olarak denetimde beklenti boşluğuna çözüm üretilebilmesi onu ortaya çıkaran nedenlerin bilinmesi ve detaylıca irdelenmesiyle mümkün olabilecektir (Füredi-Fülöp 2015). Bu sebeple beklenti boşluğuna neden olan durumlar da detaylarıyla araştırmaların konusu olmaktadır.

Literatürde yapılan bütün çalışmalar denetim boşluğunun nedenlerini farklı kelimelerle ve ölçümlerle ele almaktadır. Bu nedenle söz konusu nedenleri kapsayıcı kavramlar kullanarak ele almak, genel tabloyu özetlemekte yardımcı olacaktır.

Bu doğrultuda ilk olarak *anlayış eksikliğinin* başlıca nedenlerden olduğu söylenebilecektir (Ellul ve Scicluna 2022). Anlama eksikliğine de yetersiz bilgi düzeyi (Dang ve Nguyen 2021; Munir Sidani 2007), eğitim düzeyinin düşüklüğü (Dewi vd. 2021; Fulop vd. 2019; Monroe ve Woodliff 1994) ve standartların karmaşıklığı (Astolfi 2021) gibi durumlar katkıda bulunmaktadır.

Birçok kişi denetimin rolünü ve kısıtlarını tam olarak anlayamayabilir. Doğal olarak denetçiden, hileyi tespit etme veya mutlak güvence sağlama gibi gerçekçi olmayan beklentiler içerisine girebilir. Bu anlayış eksikliği, denetçilerin makul olarak neyi başarabilecekleri konusunda yanlış anlamalara yol açabilir. Ayrıca denetim veya muhasebe standartları gibi konular da eğitim almayan kişilere denetimin teknik doğasını kavramak zor gelebilir. Bu anlayış eksikliği de aynı şekilde denetçilerin makul olarak neyi başarabilecekleri konusunda yanlış anlamalara yol açabilmektedir. Esasında bahsi geçecek diğer nedenler de anlayış eksikliğinin bir sonucu olarak kabul edilebilir. Ancak belirgin bir şekilde öne çıkanlardan ayrıca bahsetmek yerinde olacaktır.

Paydaşların *hile tespiti konusunda beklentileri* beklenti boşluğuna sebep olan başlıca nedenlerdir. Kamuoyu genellikle denetçilere hileyle ilgili doğrudan bir sorumluluk yüklemesi yapmaya meyillidir (Best, Buckby, ve Tan 2001; Conteh ve Hamidah 2021; Dewi vd. 2021; Nguyen ve Nguyen 2020). Ancak denetim standartlarının mutlak güvence değil makul güvence sağlamak üzere tasarlanmış olması gerçeği burada yine kilit rol oynamaktadır. Özellikle gizli anlaşma veya karmaşık manipülasyonlar söz konusu ise denetçinin hileleri tespit etmesi pek de mümkün olmamaktadır.

Hile tespiti dışında *denetçilere yüklenen rol ve sorumluluklardaki belirsizlikler* de beklenti boşluğunun nedenlerinden kabul edilmektedir (Azagaku ve Aku 2018; Best vd. 2001; Hassink vd. 2009; Nazri Fadzly ve Ahmad 2004; Okafor ve Otalor 2013; Olojede vd. 2020; Salehi 2016). Örneğin bazı paydaşlar, denetlenen kurumun mali başarısının sağlanmasından denetçilerin sorumlu olduğuna inanabilirler. Ancak denetçiler öncelikli olarak işletmenin mali tabloları hakkında bağımsız bir görüş sağlamaya odaklanırlar. Diğer taraftan denetçilerin de kendi rol ve sorumluluklarının tam olarak farkında olmaması da beklenti boşluğuna katkıda bulunmaktadır (Ruhnke ve Schmidt 2014).

Denetçi ve diğer paydaşlar arasındaki *iletişimin zayıflığı* da beklenti boşluğunun öne çıkan nedenlerindedir (Chowdhury ve Innes 1998; Nazri Fadzly ve Ahmad 2004). Denetçiler ve paydaşlar arasındaki sınırlı etkileşim ve diyalog beklenti boşluğunu daha da arttıracak niteliktedir. Çünkü iletişim için açık kanalların bulunmadığı durumlarda paydaşlar, ilgili profesyonellerin görüşlerinden yararlanmaksızın denetim süreci hakkında varsayımlarda bulunabilirler. Bu da gerçekçi olmayan algı ve beklentileri ortaya çıkaracaktır. Ayrıca denetçinin paydaşlarla olan iletişiminin en önemli aracı esasında denetim raporudur. Denetçi raporunda kullanılan dil veya denetçi raporunun kalitesi ve kullanılabilirliği da beklenti boşluğu bağlamında önemlidir (Azagaku ve Aku 2018).

İş ortamlarındaki gelişmeler de beklenti boşluğuna neden olabilmektedir. Karmaşık finansal araçların ve yeni iş modellerinin ortaya çıkması da dahil olmak üzere iş ortamındaki hızlı değişiklikler, denetim standartlarının gelişimini geride bırakarak evrim boşluğuna (ACCA, 2019) sebep olacak ve bu da genel beklenti boşluğunu arttıracaktır.

Beklenti boşluğuna neden olabilecek burada bahsi geçmeyen başka durumlar da söz konusu olabilecektir. Burada öne çıkanlara öz bir şekilde değinilmeye çalışılmıştır. Bu nedenleri ifade etmek esasında beklenti boşluğunu azaltma yolları hakkında da ipucu vermektedir.

6. Beklenti Boşluğunu Azaltma Yolları

Beklenti boşluğu tamamıyla ortadan kaldırılamayacak bir problemdir. Bunun en önemli nedeni denetimin dinamik yapısıdır. Beklenti boşluğuna sebep olan algı ve beklentilerin sürekli değişim halinde olması bu problemin de sürekliliğine sebep olmaktadır. Bunun yanında denetimin kendisi de hem kavramsal olarak hem de süreç olarak sürekli değişime uğramaktadır. Bu değişim sürekliliği, beklenti boşluğunun her zaman varlık göstereceği anlamına da gelmektedir. Beklenti boşluğunun, denetim sürecinin her zaman bir bölümünde var olacağı gerçeği yapılan araştırmalarla da desteklenmektedir (Füredi-Fülöp 2017; Sikka vd. 1998). Ancak bununla birlikte mücadele sonucu beklenti boşluğu önemli ölçüde azaltılabilecektir (Sikka vd. 1998).

Beklenti boşluğunu azaltmak konusundaki mekanizmalar eğitim, iletişim ve regülasyon olmak üzere üç ana tema altında sınıflandırılabilir.

Beklenti boşluğunu azaltmada eğitime olan ihtiyaç, farklı boyutlarıyla çoğu çalışmada öneri olarak yer almaktadır (Azagaku ve Aku 2018; Bui ve Porter 2012; Chowdhury, Innes, ve Kouhy 2005; Dang ve Nguyen 2021; Dixon vd. 2006; Ellul ve Scicluna 2022; Fulop vd. 2019; Munir Sidani 2007; Okafor ve Otor 2013; Pourheydari ve Abousaiedi 2011). Tüm paydaşların denetim bağlamında okuryazarlığının artması beklenti boşluğunu azaltma da çok önemli katkılar sunacaktır. Paydaşların denetim sürecinin niteliği ve kısıtları, denetimin amacı, sağlanan güvence düzeyi ve denetçilerin karşılaştığı zorlukları bilmesi gerçekçi olmayan beklentileri engelleyecektir. Bu da beklenti boşluğunun azalmasına katkıda bulunacaktır.

Sadece paydaşların değil, denetçi ve denetçi adaylarının da eğitimi özellikle performans boşluğunu azaltarak genel beklenti boşluğunun azalmasında önemli katkıda bulunacaktır (Dang ve Nguyen 2021; Hassink vd. 2009; Monroe ve Woodliff 1994; Okafor ve Otor 2013).

Beklenti boşluğunu azaltmanın yollarından birisi de iletişimin güçlendirilmesidir (Akther ve Xu 2020; Conteh ve Hamidah 2021; Dang ve Nguyen 2021; Pourheydari ve Abousaiedi 2011; Salehi vd. 2009; Xu ve Akther 2019). Denetçilerin raporlarında açık ve anlaşılır bir dil kullanması gereksiz teknik jargonlardan kaçınması, kilit denetim konuları ve denetimin kısıtlarına ilişkin bilgilendirici açıklamalarda bulunması iletişim konusunda önemli katkısı olacak hamlelerdir. Denetçiler ile denetlenen şirket temsilcileri arasındaki açık ve proaktif iletişim, ortaya çıkan sorunların daha etkin olarak ele alınmasına yardımcı olacaktır. Denetçi sorularına ve bilgi taleplerine zamanında yanıt verilmesi de denetim sürecini daha sorunsuz bir hale getirecektir. Denetlenen şirketlerin yönetiminin de iletişim konusunda önemli rolü vardır. Yönetim denetçiler ve paydaşlarla şeffaf bir şekilde iletişim kurmalıdır. Yönetim diğer paydaşların beklentilerinin yönetilmesinde de aktif bir rol oynamaktadır.

Değişen iş ortamlarına ve paydaş beklentilerine uyumu da arttırmak amacıyla denetime ilişkin norm ve standartların güncellenmesi de beklenti boşluğunu azaltmada katkı sağlayacaktır (Best vd. 2001; Dixon vd. 2006; Haniffa ve Hudaib 2007; Hassink vd. 2009; Lin ve Chen 2004; Nazri Fadzly ve Ahmad 2004; Nguyen ve Nguyen 2020; Okafor ve Otor 2013; Salehi 2016). Etik kuralların da güçlendirilmesi, kabul görmesi ve toplumun değerleriyle de uyumlaştırılması bu doğrultuda fayda sağlayacaktır (Haniffa ve Hudaib 2007; Nazri Fadzly ve Ahmad 2004; Salehi 2016).

Denetçilerin denetimle ilişki makul bir şekilde sorumluluklarının artırılması (Dang ve Nguyen 2021; Salehi 2016) ve denetim dışındaki sorumluluklardan el çektilmesi (Conteh ve Hamidah 2021) beklenti boşluğunu azaltıcı nitelikte görülmektedir.

Denetçi bağımsızlığının yasalarla güçlendirilmesi ve denetçilerin bağımsızlık konusunda daha dikkatli olmaları da beklenti boşluğunu azaltacaktır (Akther ve Xu 2020; García-Hernández vd. 2022; Nguyen ve Nguyen 2020; Xu ve Akther 2019).

Özetle beklenti boşluğu, bağımsız denetim mesleğine de zarar vermektedir. Bu açıdan proaktif bir yaklaşımla sürekli mekanizmalar geliştirilerek mücadele edilmesi gereken bir problem olarak görülmelidir (Nazri Fadzly ve Ahmad 2004; Xu ve Akther 2019).

7. Sonuç

Sonuç olarak denetimde beklenti boşluğu, finansal raporlama alanında güvence kısıtlarını aşan paydaş beklentileri ile denetçilerin karşılaştığı

performans kısıtları arasındaki etkileşimi yansıtan karmaşık bir olgudur. Çalışmada bu olgunun tanımlarını, aktörlerini, bileşenlerini, nedenlerini ve potansiyel çözümlerini ele alarak bütünsel bir anlayış sunmaya çalışılmıştır.

Denetçiler başta olmak üzere aktörlere değinmek beklenti boşluğu anlatımına zengin bir bakış açısı kazandırmaktadır. Başta finansal bütünlüğe önemli katkısı olan denetçilerin, standartlar, kısıtlar ve gelişen iş dinamiklerinin ortasında nasıl bir rol üstlendiklerini anlamak bu bağlamda önemlidir. Farklı ilgi alanları ve bakış açıları tarafından yönlendirilen paydaşların rolleri de bu açıdan dikkate değerdir.

Beklenti boşluğunun bileşenlerinin ortaya koyulması da çözümüne yönelik çok yönlü bir yaklaşım kazandırmaktadır. Bu sayede çözüme yönelik harcanacak her türlü efor daha etkin yönlendirilebilecektir.

Anlayış eksikliği, iletişim zayıflığı, hızlı iş gelişimi ve denetim sürecindeki yapısal kısıtlar gibi nedenler de beklenti boşluğu problemine olumsuz katkıda bulunuyor.

Problemin nedenlerini belirlemek bir öncül gereklilikse de çözüm için bunun ötesine geçmek gerekmektedir. Bu nedenle, beklenti boşluğunu azaltmak için potansiyel çözümlerin araştırılarak ortaya konulması ve tatbik edilmesi de gerekmektedir. Bu doğrultuda sağlıklı iletişim stratejilerinin geliştirilmesi, çeşitli eğitimlerin verilmesi ve düzenleyici iyileştirmeler yapılması beklenti boşluğuyla mücadelede etkin mekanizmalar olarak öne çıkmaktadır. Bu konuda tüm aktörlere sorumluluk düşmektedir. Aktörlerin bu sorumlulukların gereğini yerine getirmesi, beklentilerin finansal raporlamanın ve denetimin gerçekleriyle daha uyumlu olduğu bir ortama katkıda bulunacaktır.

Ayrıca, denetimde beklenti boşluğunu minimize etme gayreti akademik uygulama düzeyinde kalmamalıdır. Kolektif olarak bir sorumluluk haline getirilmelidir. Çünkü burada esas amaç, finansal raporlama alanında güven ve hesap verebilirliğin temellerini güçlendirmektedir.

Kaynakça

Akther, Taslima, ve Fengju Xu. 2020. "Existence of the Audit Expectation Gap and Its Impact on Stakeholders' Confidence: The Moderating Role of the Financial Reporting Council". *International Journal of Financial Studies* 8(1):4. doi: 10.3390/ijfs8010004.

American Institute of Certified Public Accountants Private Companies Practice (AICPA). 1993. *The Expectation Gap Standards: Progress,*

Implementation Issues, Research Opportunities. American Institute of Certified Public Accountants.

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). 2019. "Closing the expectation gap in audit | ACCA Global". Geliş tarihi 25 Kasım 2023 (<https://www.accaglobal.com/gb/en/professional-insights/global-profession/expectation-gap.html>).

Astolfi, Pierre. 2021. "Did the International Financial Reporting Standards Increase the Audit Expectation Gap? An Exploratory Study". *Accounting in Europe* 18(2):166-95. doi: 10.1080/17449480.2020.1865549.

Azagaku, Ombugadu Bala, ve Sylvester Umbugadu Aku. 2018. "The Audit Expectation Gap in Public Firms In Nigeria: A Focus On Selected Firms In Nasarawa State". 1(2).

Best, Peter J., Sherrena Buckby, ve Clarice Tan. 2001. "Evidence of the audit expectation gap in Singapore". *Managerial Auditing Journal* 16(3):134-44. doi: 10.1108/02686900110385579.

Bui, Binh, ve Brenda Porter. 2012. "The Expectation-Performance Gap in Accounting Education: An Exploratory Study". içinde *Personal Transferable Skills in Accounting Education*. Routledge.

Chowdhury, Riazur, ve John Innes. 1998. "A Qualitative Analysis of the Audit Expectations Gap in the Public Sector of Bangladesh". *International Journal of Auditing* 2(3):247-61. doi: 10.1111/1099-1123.00043.

Chowdhury, Riazur R., John Innes, ve Reza Kouhy. 2005. "The public sector audit expectations gap in Bangladesh". *Managerial Auditing Journal* 20(8):893-908. doi: 10.1108/02686900510619719.

Cohen, Manuel F. 1978. Commission on Auditors' Responsibilities: Report, conclusions, and recommendations; Cohen Commission Report. New York: American Institute of Certified Public Accountants.

Conteh, Saikou, ve Hamidah Hamidah. 2021. "Audit Expectation GAP in The Public Sector of The Gambia". *The Indonesian Accounting Review* 11(2):127-41. doi: 10.14414/tiar.v11i2.2489.

Coram, Paul J., ve Leiyu Wang. 2021. "The Effect of Disclosing Key Audit Matters and Accounting Standard Precision on the Audit Expectation Gap". *International Journal of Auditing* 25(2):270-82. doi: 10.1111/ijau.12203.

Dang, Tuan Anh, ve Dung Khanh Ngoc Nguyen. 2021. "Components Constituting the Audit Expectation Gap: The Vietnamese Case". *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8(1):363-73. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.363.

Dewi, N., P. Wulanditya, D. Oktarina, ve H. Ardianto. 2021. "Banking Sector Lack Detection: Expectation Gap between Auditors and Bankers". *Accounting* 7(6):1353-62.

Dixon, R., A. D. Woodhead, ve M. Sohliman. 2006. "An investigation of the expectation gap in Egypt". *Managerial Auditing Journal* 21(3):293-302. doi: 10.1108/02686900610653026.

Ellul, Lauren, ve Alison Scicluna. 2022. "An analysis of the audit expectation gap in the Maltese central government". *Public Money & Management* 42(4):262-73. doi: 10.1080/09540962.2020.1769351.

Fulop, Melinda Timea, Adriana Tiron-Tudor, ve George Silviu Cordos. 2019. "Audit education role in decreasing the expectation gap". *Journal of Education for Business* 94(5):306-13. doi: 10.1080/08832323.2018.1527752.

Füredi-Fülöp, Judit. 2015. "An Empirical Study of Audit Expectation Gap in Hungary". *Theory, Methodology, Practice* 11(1):37-46. doi: 10.18096/TMP.2015.01.04.

Füredi-Fülöp, Judit. 2017. "Factors Leading to Audit Expectation Gap: An Empirical Study in a Hungarian Context". *Theory, Methodology, Practice* 13(2):13-23. doi: 10.18096/TMP.2017.02.02.

García-Hernández, Begoña, Antonio Duréndez, ve Alfonso A. Rojo-Ramírez. 2022. "The audit expectation gap and strengthened independence standards in the European Union: measuring the effects of the new EU Directive". *Accounting Forum* 46(3):264-86. doi: 10.1080/01559982.2021.1954359.

Guy, Dan M., ve Jerry D. Sullivan. 1988. "The expectation gap auditing standards". *Journal of Accountancy* 165(4):36.

Haniffa, Roszaini, ve Mohammad Hudaib. 2007. "Locating audit expectations gap within a cultural context: The case of Saudi Arabia". *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 16(2):179-206. doi: 10.1016/j.intaccaudtax.2007.06.003.

Hassink, Harold F. D., Laury H. Bollen, Roger H. G. Meuwissen, ve Meinderd J. de Vries. 2009. "Corporate fraud and the audit expectations gap: A study among business managers". *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 18(2):85-100. doi: 10.1016/j.intaccaudtax.2009.05.003.

Humphrey, Christopher, Peter Moizer, ve Stuart Turley. 1993. "The Audit Expectations Gap in Britain: An Empirical Investigation". *Accounting and Business Research* 23(sup1):395-411. doi: 10.1080/00014788.1993.9729907.

IFAC. 2021. Going Concern – NVivo Respondent Comments: Question 1(a)-2 IAASB Main Agenda (May 2021).

Jennings, Marianne, Dan C. Kneer, ve Philip M. J. Reckers. 1993. "The Significance of Audit Decision Aids and Precase Jurists' Attitudes on Perceptions of Audit Firm Culpability and Liability*". *Contemporary Accounting Research* 9(2):489-507. doi: 10.1111/j.1911-3846.1993.tb00894.x.

Liggio, Carl D. 1974. "The Expectation Gap: The Accountant's Legal Waterloo?" *Journal of Contemporary Business* 3(3):27-44.

Lin, Z. Jun, ve Feng Chen. 2004. "An Empirical Study of Audit 'Expectation Gap' in The People's Republic of China". *International Journal of Auditing* 8(2):93-115. doi: 10.1111/j.1099-1123.2004.00084.x.

Monroe, Gary S., ve David R. Woodliff. 1994. "An Empirical Investigation of the Audit Expectation Gap: Australian Evidence". *Accounting & Finance* 34(1):47-74. doi: 10.1111/j.1467-629X.1994.tb00262.x.

Munir Sidani, Yusuf. 2007. "The audit expectation gap: evidence from Lebanon". *Managerial Auditing Journal* 22(3):288-302. doi: 10.1108/02686900710733152.

Nazri Fadzly, Mohamed, ve Zauwiyah Ahmad. 2004. "Audit expectation gap: The case of Malaysia". *Managerial Auditing Journal* 19(7):897-915. doi: 10.1108/02686900410549420.

Nguyen, Hieu Thanh, ve Anh Huu Nguyen. 2020. "Audit Expectation Gap: Empirical Evidence from Vietnam". *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(5):51-60. doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no5.051.

Okafor, Chinwuba, ve John I. Otalor. 2013. "Narrowing the Expectation Gap in Auditing: The Role of the Auditing Profession". *Research Journal of Finance and Accounting*.

Olojede, Paul, Olayinka Erin, Osariemen Asiriwa, ve Momoh Usman. 2020. "Audit expectation gap: an empirical analysis". *Future Business Journal* 6(1):10. doi: 10.1186/s43093-020-00016-x.

Porter, Brenda. 1993. "An Empirical Study of the Audit Expectation-Performance Gap". *Accounting and Business Research* 24(93):49-68. doi: 10.1080/00014788.1993.9729463.

Pourheydari, Omid, ve Mina Abousaiedi. 2011. "An empirical investigation of the audit expectations gap in Iran". *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 2(1):63-76. doi: 10.1108/17590811111129517.

Quick, Reiner. 2020. "The Audit Expectation Gap: A Review of the Academic Literature". *Maandblad Voor Accountancy En Bedrijfseconomie* 94(1/2):5-25. doi: 10.5117/mab.94.47895.

Ruhnke, Klaus, ve Martin Schmidt. 2014. “The audit expectation gap: existence, causes, and the impact of changes”. *Accounting and Business Research* 44(5):572-601. doi: 10.1080/00014788.2014.929519.

Salehi, Mahdi. 2016. “Quantifying Audit Expectation Gap: A New Approach to Measuring Expectation Gap”. *Zagreb International Review of Economics & Business* 19(1):25-44. doi: 10.1515/zireb-2016-0002.

Salehi, Mahdi, Ali Mansoury, ve Zhila Azary. 2009. “Audit Independence and Expectation Gap: Empirical Evidences from Iran”. *International Journal of Economics and Finance* 1(1):p165. doi: 10.5539/ijef.v1n1p165.

Sikka, Prem, Anthony Puxty, Hugh Willmott, ve Christine Cooper. 1998. “The impossibility of eliminating the expectations gap: Some theory and evidence”. *Critical perspectives on accounting* 9(3):299-330.

Xu, Fengju, ve Taslima Akther. 2019. “A Partial Least-Squares Structural Equation Modeling Approach to Investigate the Audit Expectation Gap and Its Impact on Investor Confidence: Perspectives from a Developing Country”. *Sustainability* 11(20):5798. doi: 10.3390/su11205798.

BÖLÜM VI

ÇALIŞMA YAŞAMINDA İŞ YÜKÜ KAVRAMI VE İŞ YÜKÜNÜN ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ

*The Concept of Workload in Working Life
and the Effects of Workload on Employees*

Muhammed ERDOĞAN¹ & Aysun AYDIN²

¹(Lisansüstü Öğrenci), Ondokuz Mayıs Üniversitesi,
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı,
E-mail: muhammet565@hotmail.com
ORCID: 0009-0003-6754-2402

²(Doç. Dr.), Ondokuz Mayıs Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
E-mail: aysun.cetin@omu.edu.tr
ORCID:0000-0003-2527-5759

1. Giriş

Günümüzde örgütlerin en önemli hedefi, çalışanları vasıtasıyla sürdürülebilir rekabet avantajı ile kar elde etmek ve kendi yaşamlarını sürdürmektir. Artan rekabet koşulları bir yandan işletmeleri az çalışanla daha fazla iş üretmeye zorlarken; diğer yandan da çalışanlardan beklenen iş yükünün çeşitlenmesine neden olmaktadır. Sanayi devrimi sürecinde üretim ve karlılık için işçilerin fiziksel ve bedensel çabaları yeterli iken, günümüz bilgi toplumlarında çalışanlardan daha fazla zihinsel ve duygusal çaba beklenmektedir. Özellikle hizmet sektörünün gelişmesi ile müşteri beklentilerinin artmasına paralel olarak iş görene yüklenen görevler de nicelik ve nitelik olarak artırıldığında çalışanlar için aşırı iş yükü sorunu ortaya çıkmaktadır.

Örgütler rekabet avantajı elde edebilmek adına çalışanlarına daha fazla iş yükleyerek onların sınırlarını zorladığında bu durum çalışanların memnuniyet

düzeyini azaltarak verimliliklerini düşürebilmektedir (Tatlı ve Akın, 2017). Bu durum kısa ve uzun vadede, çalışanın fiziksel ve zihinsel sağlığını, performansını ve verimini azaltmakta, sosyal hayatını olumsuz etkileyerek işe devamsızlık yapmasına, doyumsuzluk yaşamasına, depresyona girmesine neden olmaktadır (Erdem vd., 2016). Tüm bu nedenlerle son yıllarda dünyada ve ülkemizde çalışanların haftalık toplam çalışma saatlerinin azaltılmasına yönelik çalışmalar gündeme gelmektedir. Çalışanların muhtelif sebeplerle yaşadığı fiziksel, zihinsel ve duygusal iş yüklerinin optimum düzeye çekilerek örgütün verimliliğini düşürmesinin engellenmesi ve onların beşerî ve psikolojik sermayelerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir (Çolak, 2018).

Bu çalışmada fiziksel, zihinsel ve duygusal iş yükü kavramı, iş yükünün çalışanlar ve örgüt üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ile iş yükünün olası olumsuz etkilerinin en aza indirilmesine yönelik önlemler ele alınmaktadır.

2. İş Yükü Kavramı

Dünyadaki hızlı değişimler, hem çalışma yaşamının dinamiklerini ve hem de bu alandaki tartışılan konuları etkilemektedir. Çalışma yaşamında çalışanlar ve örgütler için pek çok sonuçla yakından ilişkili olan iş yükü kavramı da, gittikçe önemini artıran bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pek çok iş yerinde pek çok iş, çalışanlar üzerinde zihinsel ve fiziksel talep meydana getirmektedir. İş yükü, işin yapılması esnasında işten kaynaklanan ve çalışanın üstesinden gelmesi gereken ve direnç oluşturan tüm etkilerin toplamıdır (Weiner, 1982). İş yükü, çalışanın performans düzeyini olumsuz olarak etkileyen, yapılan işin kendisinden veya işin yapıldığı ortamdan kaynaklanan her türlü baskı olarak tanımlanmaktadır (Becker vd., 1995).

İş yükü algısı çalışanların örgütün amaçları doğrultusunda hareket etmede gönüllü olmaları ve örgütün çıkarları doğrultusunda aksiyona girişmeleridir (İnan, 2017). İş yükü, çalışana yüklenen görev ve sorumlulukların kendi kapasitesinin veya kendisine sağlanan olanakların üzerinde olduğu durumlarda gerçekleşmektedir (DiDomenico ve Nussbaum, 2008). İş yükü çalışanın bilgi ve becerileri değerlendirilerek belirlenmektedir (Samancı ve Basım, 2018). Dolayısıyla iş yükü çalışanın kendisinden beklenen iş yükünün yapması gerekenden fazla olduğuna yönelik öznel algısı sonucu ortaya çıkmaktadır (Keser, 2006).

İş yükü kavramından bahsederken çalışanın üstlenebileceğinden daha fazla işi yüklenmesi manasına gelen aşırı iş yükü akla gelmektedir (Karacaoğlu ve Çetin, 2015). Aşırı iş yükü çalışanların tepki ve performanslarını etkileyen

baskılar olup, çalışanın dikkatinin azalmasına, görevleri tamamlayamamasına, stres ve yorgunluk yaşamalarına ve motivasyonlarının düşmesine neden olan maliyetlerin toplamı olarak tanımlamaktadır (Çuhadar ve Gencer, 2016). İş yükü çalışanın fiziksel ve zihinsel olarak yıpranmasına yol açarak hata yapmalarına, verimlilik ve etkinlikte düşüş yaşamalarına neden olan bir süreç olarak ifade edilebilir (Tatlı ve Akın, 2017). Aşırı iş yükü, görev yoğunluğunu ifade eden bir durum olmakla birlikte stres üreten de bir etken olduğundan çalışanların işin kontrolünü kaybetmesine ve tükenmişliğe yol açmaktadır (Faiz, 2019). Fazla iş yükü çalışanın performansını düşürerek daha fazla hatalı iş çıkarmasına ve mesleğinde olumsuz bir ruh haline bürünmesine yol açabilmektedir (Samancı ve Basım, 2018).

Fazla mesai yapılması, kısıtlı zamanda işlerin yetiştirilmeye çalışılması, hafta sonları da mesai yapılması, işin gerektirdiği bilginin fazlalığı, ilgilenilen çalışan sayısının fazlalığı gibi faktörler iş yükünü belirleyen faktörlerdir (Turgut, 2011). Örgütlerde, otoriter yönetim anlayışı, bürokratik örgüt yapısı, yetersiz kaynaklarla işin gerçekleştirilmeye çalışılması, görev dağılımındaki eksiklikler, yetersiz eğitim gibi faktörler de aşırı iş yüküne sebep olmaktadır. İş yükü fazlalığına yol açan etmenler; zamanın yetersizliği, farklı işlerin aynı iş gören tarafından yapılacak olması, işin zorluğu ve iş görenin bilgi ve beceri yetersizliği olarak sıralanabilir (Samancı ve Basım, 2018).

İş yükünü bireysel, örgütsel ve çevresel kaynaklı iş yükü olarak sınıflandırmak mümkündür (Meijman ve Mulder, 1998; Baltacı, 2017).

Bireysel iş yükü, kişinin yaptığı işe yönelik çeşitli tutumları (işini sevmeme, isteksizlik, fazla mola verme) ile bireyin aktif olduğu ve fiziksel eylem ve beceri isteyen işlerde karşımıza çıkmaktadır.

Örgütsel iş yükü, örgütün çalışandan işle ilgili beklentileri ile çalışanın bu beklentileri yerine getirirken ortaya koyduğu fiziksel ve zihinsel emeği arasındaki fark fazla olduğunda ortaya çıkmaktadır. Örgütsel iş yüküne neden olan faktörler olarak, işin tasarımı, isteki rol belirsizliği ve rol çatışması, yöneticilerin çalışanlara yönelik sosyal desteklerinin yetersiz olması, çalışanların örgüte bağlılığının az olması, örgütsel iletişimin tatmin edici düzeyde olmaması gibi faktörler örgütsel iş yükünü arttırmaktadır.

Çevresel iş yükü ise, örgütün ilişkili olduğu geniş çevreden kaynaklanmakta ve çalışma ortamındaki gürültü, yoğunluk, sıcaklık, genişlik, aydınlık, temizlik gibi bir takım fiziksel faktörlerden etkilenmektedir (Baltacı, 2017). İşin yapıldığı çevredeki çalışanlar açısından uygun bulunmayan ısı, ışık, nem, gürültü ve diğer zararlı fiziksel faktörler çevresel iş yükü olarak kabul edilmektedir. Vücut

durumundan ortaya çıkan (ters vücut hareketleri vs.) iş yükleri de çalışanın performansını etkilemektedir (Öğrüş Ildız, 2009).

İş yüküne ilişkin bir diğer sınıflandırmada iş yükü, niteliksel ve niceliksel olarak iki kategoride ele alınmaktadır (Kanbur, 2018; Samancı ve Basım, 2018, Keser vd., 2017).

Niceliksel iş yükü, çalışanın yapmakla yükümlü olduğu iş yükü olup, çalışandan beklenen işler nicelik olarak fazla, iş için belirlenen zaman yetersiz ve çalışma koşulları ağır olduğunda ortaya çıkmaktadır (Keser vd., 2017).

Niteliksel iş yükü ise, Niteliksel iş yükü daha çok işe ilişkin karar verme ve analiz yapma gibi karmaşık boyutları olan görevlerde söz konusu olmaktadır. Niteliksel iş yükü, çalışanın işi yapmak için gerekli olan nitelikleri ile görevin gerektiği nitelikler arasında uyumsuzluk olması durumunda ortaya çıkmakta (Soysal, 2009). Çalışan işin gerektirdiği bilgi, beceri ve bireysel niteliklere tamamen sahip olmadığından, iş kişiye zor gelecek ve aşırı iş yükü olarak algılanacaktır (Korkmazer ve Aksoy, 2018). Niceliksel iş yükünün asıl sebeplerinden birini zaman yetersizliği teşkil ederken, niteliksel iş yükünün temelinde ise çalışanın bilgi ve tecrübe eksikliği yatmaktadır (Samancı ve Basım, 2018).

İş yüküne ilişkin bir diğer sınıflandırmada ise iş yükü, iş yapılırken gösterilen çabanın niteliğine göre fiziksel, zihinsel ve duygusal iş yükü olarak ele alınabilmektedir (Koruca vd.,2015; DiDomenico ve Nussbaum, 2008).

Fiziksel iş yükü kavramsal olarak, fiziksel çaba gerektiren görevlerle ilişkili talepleri ifade eder. Fiziksel iş yükü, kişinin gündelik iş yükü, bir gün içinde yapmakla yükümlü olduğu işlerin toplamı olup, herhangi bir işi yerine getirirken kullanılan fiziksel kaynakların harcanan toplam enerji ile ifadesi olarak tanımlanmaktadır (DiDomenico ve Nussbaum, 2008). Kas-iskelet sistemi, kardiyovasküler ve sinir sistemlerinin her birinin katılımı ve kas çalışmasını gerektiren bir görevler fiziksel iş yüküdür (Louhevaara ve Kilbom, 2005). Ek olarak, işin yapılış şekli, eğitim düzeyi, çevre, motivasyon gibi faktörler fiziksel iş yükünü etkileyen sebeplerdendir (Ordukaya, 2011; Koruca vd., 2015).

Fiziksel iş yükünün göstergeleri, kalp atış hızındaki değişiklikler, nefes alma frekans, hormonal yanıtlar ve kan basıncı, aynı zamanda terleme ve hissi yorgunluktur (DeZwart vd, 1995). İş yükünü fiziksel olarak belirlemek olası iken her koşulda bu mümkün olmamakta ve soyut bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Baltacı, 2017). Çalışanın işyerinde etkisi altında kaldığı birçok faktörün neticesinde ortaya çıkan yorgunluğu tam manasıyla tespit edebilmek mümkün değildir. Günümüz rekabet ortamında ve gelişen

teknoloji ile birlikte fiziksel iş yükünün azaldığı fakat zihinsel iş yükünün arttığı görülmektedir.

Zihinsel iş yükü çok yönlü ve karmaşık bir kavram olup, genel olarak bir çalışanın belirli bir zaman içerisinde verilen görevleri yapması için gerekli olan zihinsel iş miktarı olarak tanımlanmaktadır. Zihinsel iş yükü daha çok hatırlama, karar verme, araştırma, hesaplama ve iletişim gibi algısal, bilişsel ve zihinsel ve aktiviteler sonucu oluşan iş yüküdür. İstenilen verimliliğin elde edilebilmesi için fiziksel özelliklerin yanında “algılama hızı ve doğruluğu, dikkat, hafıza, zeka gibi zihinsel, bilişsel ve psikolojik özelliklerin de belirlenmesi ve değerlendirilmesi” daha çok gerekli hale gelmiştir (Karadağ ve Cankul, 2015). Diğer bir ifade ile bilişsel iş yükü, bilgi ve iletişim teknolojisindeki ilerlemelerle bireyin bilişsel ve fizyolojik özelliklerinin daha fazla değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Bilişsel çaba gerektiren bir iş icra eden çalışan elde ettiği tüm bilgiyi yorumlayabilmeli, kritik kararlar verebilmeli, ani gerçekleşen olaylar olduğunda kontrolü hemen ele alabilmelidir. Bu bilişsel iş yükünün ölçülmesi kolay olmasa da mümkündür. Bilişsel iş yükünün seviyesi ergonomik çalışmaları ile ölçülmektedir. Çalışanlar görevlerini hızlı, doğru ve güvenilir bir şekilde ifa ediyorlarsa iş yükü ile alakalı bir sorun yaşamayacaklardır fakat bunu başarmak her zaman mümkün olmamaktadır. Çalışanın işini mutlu ve huzurlu bir şekilde yapabilmesi, stres faktörlerinden uzak kalabilmesi için işin tüm olumsuz yanları tespit edilip toplam iş yükü seviyeleri belirlenmeli ve gerekli önlemler alınmalıdır. Fizyolojik iş yükü ölçümleri göz aktiviteleri, kalp ile ilgili aktiviteler, beyin aktiviteleri, konuşma ölçümleri, solunum aktiviteleri ile gerçekleştirilmektedir (Seçkiner ve Toraman, 2017).

Duygusal veya psikolojik iş yükü, özellikle hizmet sektöründe insan unsurunun önem kazanmasıyla çalışanların ortaya koyduğu duygusal emeği tanımlamak için kullanılmaktadır. Hochschild (1983), duygusal emek kavramını bir havayolu kuruluşunda çalışan hosteslerin davranışlarını inceleyerek, bir hostesin ağır eşyaları taşıırken fiziksel emek, acil durum iniş ve kalkışlarına yardım ederken zihinsel emek ve yolculara gereken duyguları gösterebilmek adına gülümserken duygusal emek harcadığı örneği üzerinden açıklamıştır. Bir diğer tanımda duygusal emek herhangi bir ücret karşılığında ortaya konan duygunun bir ifadesidir. Çalışanların müşteri ile iletişimi esnasında davranışlarına yansıyan her türlü çaba da duygusal emek olarak değerlendirilmektedir (Beğenirbaş ve Meydan, 2012). Duygusal emek, “işgörenlerin duygularını düzenleyerek dışarıdan gözlemlenebilecek yüz ve beden hareketleriyle karşı tarafa yansıtılması”, “uygun duygunun sergilenmesi davranışı”, “kişiler arası

ilişkilerde örgütün istediği duyguları sergileyebilmek için sarf edilen çaba, planlama ve kontrol”, “hem duyguların hem de davranışların örgüt amaçlarına hizmet edecek şekilde düzenlenmesi” olarak farklı şekillerde ifade edilmektedir (Oral ve Köse, 2011)

Günümüzde özellikle hizmet sektörünün yaygınlaşması ile anlayışı müşteri odaklılık kavramı çerçevesinde çalışanlarından müşteriyi duygu açısından da tatmin etme davranışları beklenmektedir (Eroğlu, 2014). Bu tür duygu yoğun çalışmayı gerektiren işlerde çalışanlara duygu işçisi, yapılan işe duygusal işçilik de denmektedir (Kaya ve Serçeoğlu, 2013). Satış temsilcileri, kabin memurları, sağlık çalışanları ve öğretmenler gibi hizmet tabanlı ve yardım amaçlı kurum ve kuruluşlarda duygusal emek sergilenmesi çok sık rastlanılan bir durumdur (Begenirbaş ve Meydan, 2012). İşe yönelik duygusal talepler, çalışanlardan olumsuz duygularını müşterilere aktarmamaları, gerçek duyguları olumsuz olsa bunu işlerine yansıtılmaları ve daha iyi duygu yansıtılmalarına yönelik bir beklentilerdir (Alcan, 2020). Çalışanlardan işle ilgili aşırı duygusal beklentiler stres yaratarak uzun vadede çalışanın duygusal tükenmişlik yaşama ihtimalini artırmaktadır.

3. Kuramsal Yaklaşımlar Perspektifinden İş Yükü

Çalışma yaşamı, çalışana ve örgüte ilişkin birçok faktörü içeren karmaşık bir etkileşim ortamıdır ve ilgili tarafları farklı şekillerde etkilemektedir. İş yükü, çalışan için belirli standartlar çerçevesinde ve belirli bir sürede ortaya koyması gereken iş miktarını ve bu işi gerçekleştirmek için harcanan zaman ve enerjiyi ifade ederken; örgüt açısından ise verimliliği ifade etmektedir (Ardıç ve Polatçı, 2009). Bazı kuramsal yaklaşımlar çalışma yaşamının psikososyal boyutunu, insan-iş, insan-örgüt arasındaki etkileşimleri anlamada için yardımcı olacak perspektifler sunmaktadır.

3.1. İş Talepleri-Kaynakları Modeli (Job Demands-Resources Model)

Bu modele göre, her iş, o işin yapılması için gerekli olan iş kaynakları ve iş talepleri bakımından kendi risk faktörlerine sahiptir.

İş talepleri, yüksek iş baskısı, düzensiz çalışma saatleri, elverişsiz fiziksel ortam ve müşterilerle ilgili duygusal açıdan beklentiler gibi işin gerektirdiği zihinsel ve fiziksel çabalardır (Demerouti, 2018). İş talepleri doğası gereği olumsuz olmasa da, bu talepleri karşılarken çok çaba gerektiği için iş stres etkenlerine dönüşebilirler.

İş kaynakları ise, işin örgütsel, sosyal, fiziksel veya psikolojik, yönlerine ilişkin faktörlerdir (Demerouti, 2018). Bunlar, işin başarıya ulaşmasında işlevsel olan, iş taleplerini ve işin psikolojik ve fizyolojik maliyetlerini azaltan, kişisel büyüme, öğrenme ve gelişmeyi teşvik eden faktörlerdir. Bu kaynaklar örgüt düzeyinde iş güvenliği, kariyer fırsatları, ücret; sosyal ilişkiler bağlamında iş arkadaşı ve yönetici desteği; işin organizasyonu kapsamında kararlara katılım, açıklık; görev düzeyinde ise özerklik, görev kimliği ve beceri çeşitliliği gibi çalışanın görevini yapmasını sağlayan olanaklar ve kazanımlardır. (Demerouti vd., 2001).

Bu modele göre düşük iş kaynakları ve yüksek iş talepleri iş arasındaki denge eksikliğinden dolayı çalışanın sağlığı ve motivasyonu olumsuz etkilenecektir. Ancak, iş taleplerini karşılamak için sınırlı kaynaklara sahip olmak, zamanla tükenmişliğe yol açacak gerilimler doğururken (Crawford vd., 2010); daha büyük kaynak havuzuna sahip bireyler talepleri daha kolay karşılayarak kendilerini kaynak tükenmesinin getirdiği baskılardan koruyabilmektedir (Lee ve Ashforth, 1996). Bu noktada örgütlerin, çalışanlarını öğrenme, kişisel büyüme ve geliştirme için motive ederek örgütsel adalet, iş özerkliği, sosyal destek, gibi iş kaynaklarını geliştirmesi hem iş taleplerinin gerçekleşmesini kolaylaştıracak hem de iş talepleri ile ilişkili maliyetleri düşürecektir (Alcan, 2020) .

3.2. Kaynakları Koruma Kuramı (Conservation of Resources Theory)

Kaynakları Koruma Kuramının temel varsayımı, bireylerin kendileri için değerli olan şeyleri korumaya çaba harcayacakları ve kaynaklarının potansiyel kaybını tehdit edici olarak görebildikleridir (Hobfoll, 1989). Bu kaynaklar nesne kaynakları (kişisel ulaşım, barınma, evde yeterli donanım vb.), koşullar (istikrarlı istihdam, işteki statü/kıdem, kişisel sağlık vb.), kişisel özellikler (mizah anlayışı, iyi iletişim kurma yeteneği vb.), enerjiler (boş zaman, çalışma zamanı, ekstralar için para vb.) ve sosyal destek (anlayışlı olma) işverenden, iş arkadaşlarından destek, en az bir arkadaşla yakınlık vb.) gibi faktörlerdir (Hobfoll, 1989).

Bu kurama göre, insanlar kendileri için önemli ve değerli buldukları kaynaklarının potansiyel veya fiili bir kayıp söz konusu olduğunda kendilerini tehdit altında hissedecekler ve kaynaklarını korumak ve yeniden kazanmak için çaba harcayacaklardır. İş yükü belli bir eşik değerin altında iken öğrenme ve performans bir noktaya kadar artacak, belli bir değere ulaştığında ise performansı olumsuz etkilemektedir. Sahip olunan kaynaklar kaybolduğunda veya kaybolma

ihtimali oluştuğunda bu kaynakların karşılığında yeni kaynakların elde edilememesi çalışanların gerilim yaşamasına neden olmaktadır (Hobfoll ve Shirom, 2000). Bu durumda çalışanlar başlangıçta daha fazla kaynak yatırımı yaparak engelleyici taleplere dayanmaya çalışacaklardır.

Örgütsel literatürde ağırlıklı olarak iş stresi ve iş performansı bağlamında ele alınan kuram, iş yükünün kaynak kaybına ve kaynakların kısmen veya tamamen tükenmesine neden olduğunu ileri sürmektedir. Hobfoll'a (2001) göre bireylerin bu stresten kurtulmak için kaynaklara yatırım yapmaları ve kayıp kaynakları geri kazanmaları gerekmektedir. Öz-yeterlik, iyimserlik, benlik saygısı gibi kaynaklar bireylerin dayanıklılığını arttırmada ve iş yükünün neden olduğu iş stresini azaltarak pozitif ruh haline yardımcı olabilecektir (Hobfoll, 2002).

3.3. İş Talebi-Kontrol Modeli (Job Demand-Control Model)

Karasek (1979) tarafından geliştirilen İş Talebi-Kontrol Modeli, işle ilgili psikolojik gerilimi iş talebi ve iş kontrolü olmak üzere iki önemli iş özelliğinin bir fonksiyonu olarak nitelendirmektedir. İş talepleri, işle ilgili beklenmeyen görevler ve kişilerarası çatışmaların neden olduğu algılanan iş yüküyle ilgili iken, iş kontrolü ise, işe özgü sorumluluklar ve sorumluluklar üzerinde algılanan otoriteyi ifade etmektedir. Model, psikolojik iş talepleri (kişinin iş gereklilikleri) ile iş kontrolü (çalışanın işi üzerinde sahip olduğu karar serbestliği) arasındaki dengenin önemine vurgu yapmaktadır. Çalışanın yüksek iş talepleri ve düşük karar verme serbestliği ile karşı karşıya olması, olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Modele göre, iş kontrolü düşük olduğunda, iş arttıkça psikolojik gerilim de büyük ölçüde artmakta; yeterli iş kontrolü varsa yüksek iş taleplerinin zihinsel refah üzerindeki etkisi azalmaktadır (Karasek, 1979). Özetlemek gerekirse, çalışanın işi üzerindeki kontrolü, yüksek iş taleplerinin çalışanların fiziksel ve zihinsel durumları üzerindeki olumsuz etkilerine karşı etkili bir örgütsel araç olarak değerlendirilmektedir. İş kontrolü işe özgü uyarlanabilir öğrenme ve beceriyi en üst düzeye çıkarırken hem çalışanın gelişimini arttırmakta hem de işle ilgili psikolojik gerilimi engellemektedir (Karasek, 1979). Dolayısıyla, çalışanlar iş için gerekli olan yetki, bilgi, beceri, yetenek gibi örgütsel kaynaklarla desteklenerek işleri ile ilgili kontrollerini artırabileceklerdir (Bolat, 2011). Böylece, çalışanlar işleri gereği üstlendikleri iş yükü ile iş ile ilgili hâkimiyeti ve yeterlilikleri arasındaki dengesizlik sonucu oluşacak tükenmişlik düzeyleri düşecektir.

3.4. Çaba-Kurtarma Modeli (Effort-Recovery Model)

İş yükünün psikolojik yönünü açıklamada en sık kullanılan modellerden biri olan Çaba-Kurtarma Modeli, çabalar ve bunlar karşılığında elde edilecek kazanımlar arasında bağlantı kurmaktadır (Meijman ve Mulder 1998). Modele göre, yüksek düzeyde iş yükü, bireylerin işlerini tamamlamak için önemli miktarda çaba harcamasını gerektirmektedir. Yüksek iş taleplerine maruz kalmak ise, hormonlardaki artışlar, ruh halindeki veya duygulanımdaki değişiklikler gibi fizyolojik ve psikolojik yük reaksiyonlarına neden olmaktadır. Çalışanlar iş stresinden kurtularak bu negatif yük reaksiyonlarının etkisinin azaltılabilecekler, fizyolojik ve psikolojik sistemlerini stabilize edip ve başlangıç seviyelerine dönebileceklerdir. Bazen çalışanlar kazanımlarından yararlanmak için de fazla çalışmayı tercih etmekte, iş sırasında ve işten sonra doğru mola ve dinleme yöntemleri ile dengelerini koruyabilmektedirler. Ancak, bazen de çalışanlar fazla çalışmalarının karşılığını almadıklarını düşündükleri durumlarda iyi oluşları daha olumsuz etkilenmektedir (Meijman ve Mulder, 1998).

4. İş Yükünün Çalışanlar Üzerindeki Etkileri

Genel olarak iş yükünün hem çalışanlar hem de örgütler için olumlu veya olumsuz sonuçlarından bahsedilmek mümkündür. Her çalışan farklı bireysel özelliklere ve yeteneklere sahip olduğundan aynı iş yükünden de farklı şiddetlerde etkilenecektir (Koruca vd., 2015). Benzer şekilde hem fazla hem de az iş yükü de çalışan açısından olumsuz bir duruma karşılık gelmektedir (Ardıç ve Polatçı, 2009). Alanyazındaki araştırmalar farklı türden sonuçlara ulaşmışlar, iş yükü ile çeşitli bireysel ve örgütsel sonuç arasındaki ilişkileri tam olarak açıklayamamışlardır.

4.1. İş Yükünün Çalışanlar Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Aşırı iş yükü, çalışandan alınacak performans ve örgütsel hedeflerin başarıya ulaşmasına engel teşkil eden nedenlerin başında gelmektedir (Çuhadar ve Gencer, 2016). Fiziksel ya da zihinsel olsun aşırı iş yükü çalışanda stres, tükenmişlik gibi sonuçlar doğurarak onun performansını ve verimliliğini etkilemektedir (Öğrücü İldız, 2009). Yoğun işlerde çalışanlar, az yoğun işlerde çalışanlara nazaran duygusal tükenme açısından daha yüksek riske sahiptir (Tuğrul ve Çelik, 2002). Duygusal emek davranışı sergileyen çalışanların stresinin arttığı, iş tatmininin azaldığı, psikolojik sıkıntılarının arttığı, tükenmişlik duygusu yarattığı, bilişsel uyumsuzluğu artırdığı ve neticede kendine güvensizlik, depresyon, işten

soğumaya yol açtığı yapılan çalışmalarda ortaya konmaktadır (Yürür ve Ünlü, 2011). Çalışanın iş yükü, dikkat azalması, cevap verme süresinin uzaması, stres, yorgunluk gibi faktörlerle de ilişkilidir. İstenmeyen birçok sonuca götürecek olan aşırı iş yükü çalışanın işten uzaklaşmasına ve duyarsızlaşmasına neden olmaktadır. Bu da yorgunluk ve tükenmişliği beraberinde getirmektedir (Mersin vd., 2018). Kaynak yetersizliği, örgütün küçültülmesi sebebiyle çalışanların sayısının azaltılması ve bürokratik işlerin fazla olması aşırı iş yüküne bu durum da tükenmeye neden olmakta ve çalışanların duygularını olumsuz etkilemekte ve çalışma kapasitelerini azaltmaktadır (Demir, 2010).

Yapılan bazı görgül araştırma sonuçlarına göre, sağlık çalışanları üzerinde yürütülen bir çalışmada iş yükü fazlalığı ile aileden işe ve işten aileye olan çatışma arasında pozitif; yaşam kalitesi ile arasında ise negatif yönlü ilişki bulunmuştur (Korkmazer ve Aksoy, 2018). Aşırı iş yükü ile iş-aile çatışması (Kahraman ve Çelik, 2018; Koçak vd., 2018), duygusal tükenme (Bolat; 2011; Tatlı ve Akın; 2017) ve işe karşı duyarsızlaşma arasında pozitif bir ilişkinin olduğu ifade edilmektedir (Tayfur ve Aslan, 2012). Farklı bir çalışmada rol belirsizliği ve iş yükünün çalışanlarda tükenmişlik düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir (Karacaoğlu ve Çetin, 2015). Örgütteki aşırı iş yükü ile bireyin iş doyumunu negatif olarak etkilerken (Keser; 2006); aşırı iş yükü örgütsel bağlılığı da azaltmaktadır (Çuhadar ve Gencer; 2016).

Aşırı iş yükünün ortaya çıkardığı bireysel ve örgütsel sonuçlar aşağıda listelenmiştir (Kanbur, 2018; Kahraman ve Çelik, 2018; Koçak vd., 2018; Korkmazer ve Aksoy, 2018; Bolat; 2011; Tatlı ve Akın, 2017, Keser; 2006).

Bireysel Sonuçlar:

- Tükenmişlik
- İş tatminsizliği
- İşe yabancılaşma
- Motivasyon eksikliği
- İşten ayrılma isteğinin artması
- Stres ve gerginlik
- Sigara ve alkol gibi kötü alışkanlıklar
- Yorgunluk
- Öz yeterlilik eksikliği
- Dayanıklılık azalması
- İş-aile çatışmasının artması

Örgütsel Sonuçlar:

- Çalışanların performans düşüklüğü
- Verimlilik ve etkinliğin azalması
- İş kazalarının artması
- Örgütsel vatandaşlık davranışlarında azalma
- Çalışan devir oranının artması
- İş devamsızlığının artması
- Çalışanlarda rahatsızlık ve şikâyetlerin artışı
- Örgüte bağlılığın azalması

4.2. İş Yükünün Çalışanlar Üzerindeki Olumlu Etkileri

Literatüre göz atıldığında iş yükünün her zaman olumsuz bir sonuç ortaya çıkarmayacağı, bazı durumlarda performans artışını sağladığı sonucu elde edilmiştir (Töngür, 2016). Performansa dayalı ücret politikasının uygulandığı işlerde çalışanların duygusal emek davranışları sergileyerek daha fazla kazanç elde edebilecekleri ve daha mutlu olabilecekleri ifade edilmiştir (Kaya ve Özhan, 2012). İş yoğunluğu çalışanların iş doyumunu ve işlerine tutkunluklarını olumlu olarak etkileyebilmektedir (Burke vd., 2009). İş yükü yoğunluğu çalışan açısından işten çıkarılma riskinin azalması anlamına geldiği gibi uzun çalışma saatleri ödülleriyle motive edildiğinde ya da daha iyi pozisyonlara yükselmenin yolu olarak algılandığında iş doyumunun artmasını sağlayabilecektir (Çakıcı vd.; 2013)

Young ve Stanton'a göre (2002), düşük zihinsel iş talebi düşük fizyolojik uyarılma seviyeleri nedeniyle dikkat kapasitesini azaltarak performansı azaltabilmektedir. Zihinsel iş yükü ile performans arasında ters U şeklinde bir ilişki vardır. Buna göre, artan zihinsel iş yükü fizyolojik uyarılmayı ve dikkat kapasitesini artırmaktadır; ancak zihinsel iş yükü çok fazla artarsa, yüksek uyarılma düzeyi nedeniyle performans düzeyi düşmektedir. Bu nedenle, mevcut kaynaklar (sistem ve operatör) arasında bir denge bulmak gerekmektedir.

Yine, bazı durumlarda iş yükünün çalışanların daha hızlı öğrenmesine katkı sağladığı; iş yükünün az olmasının ise işten sıkılma, dikkat azalması, iş ciddiyetinin yok olması, işi hafife alma, ilginin farklı yönlere kayması, motivasyonun azalması, öğrenme ve kendini geliştirme duygusunun yitirilmesi gibi sonuçlara yol açtığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla aşırı iş yükü her zaman performans azalmasına sebep olmayacağı gibi az iş yükü de her zaman performans artışına yol açmayacaktır. (Töngür, 2016). Çalışanların yüksek

düzeyde yararlılık algısına sahip olduklarında ve işleri üzerinde pozitif değişim yaratabileceklerini hissettiklerinde iş yükü düzeyini önemsemeden işlerinden doyum sağlamaları mümkün olmaktadır (Cole, vd., 2004).

Aşırı iş yükünün ortaya çıkardığı bazı bireysel ve örgütsel olumlu sonuçları aşağıda listelenmiştir (Kanbur, 2018; Turgut, 2011; Çakıcı vd.; 2013; Cole, vd., 2004; Töngür, 2016; Kaya ve Özhan, 2012).)

Bireysel Sonuçlar:

- Bireysel performans artışı
- İş doyumunu
- Yaşam doyumunu
- İşe tutkunluk
- İş güvencesi
- Kariyer güvencesi
- Motivasyon artışı
- Gelir artışı

Örgütsel Sonuçlar:

- Örgütsel performans artışı
- Çalışan bağlılığının artması

5. Sonuç

Değişen çağın değişen koşullarında yüksek tempolu çalışma düzeninden kaynaklanan ve çalışanların fiziksel ve zihinsel dünyasını olumsuz etkileyen iş yükü literatürün önemli bir parçası haline gelmiştir (Töngür, 2016). Örgütler rekabet avantajı elde edebilmek adına çalışanlarına daha fazla iş yüklemekte onların sınırlarını zorlamakta hatta aşmaktadır. Diğer yandan günümüz iş dünyasında bir yandan her geçen gün hizmet sektörünün payı ve önemi artarken; diğer yandan hizmet sektörü çalışanlarından beklentiler de artmaktadır. Çalışanların yaşadıkları bu zorluklar kendilerinin psikolojik ve fiziksel olarak olumsuz sonuçlar yaşamalarına, örgütlerin de beklediği verimi alamamasına yol açmaktadır. O halde tüm bunlar göz önüne alınarak müşterileri, örgütleri ve çalışanları aynı anda mutlu etmek için neler yapılacağına kafa yormak gerekmektedir. (Çetin ve Karaaslan, 2021)

İnsanın fiziksel, zihinsel ve duygusal sınırlar içinde olan bir varlık olduğu düşünüldüğünde işi ile uyum içinde olması onun verimliliğini de artıracak ve stresten uzak tutacaktır. Bu sebeple işin gerektirdiği özellikler ile çalışanın

yetenekleri örtüşmesi önem arz etmektedir. Yapılan işin ağır veya fazla olması kişiden kişiye fark edebilirken örgütler en optimum iş yüklerini tespit etmeye çalışmalıdır. Çalışanın kapasitesi ile dengeli şekilde ayarlanan iş yükü bireyin hem stresten uzak kalmasına hem de yaptığı işten doyum sağlayarak tatmin olmasına vesile olacaktır (Ardıç ve Polatçı, 2009)

Öncelikle, örgütlerin insan kaynakları politikalarında ve genel kurumsal stratejilerinde herhangi bir işe eleman temin edilirken işin niteliği ile çalışanın özelliklerinin uyumlu olması gerekmektedir. Kaynak yetersizliği, örgütün küçültülmesi sebebiyle çalışanların sayısının azaltılması ve bürokratik işlerin fazla olması aşırı iş yüküne bu durum da tükenmeye neden olmakta ve çalışanların duygularını olumsuz etkilemekte ve çalışma kapasitelerini azaltmaktadır. Bu sebepler göz önüne alındığında örgütlerde iş yükünün çalışanların kapasiteleri ile uyumlu olacak şekilde ayarlanmasına dikkat edilmelidir (Demir, 2010). İş analizleri yapılarak işin ne kadar ne şartlarda yapılacağı ve hangi yeteneklere, bilgi birikimine sahip olunması gerektiği belirlenmektedir. Daha sonra iş ölçümü (zaman etüdü) çalışması ile ne kadar personele gereksinim duyulacağı belirlenmektedir. Çalışan memnuniyetini artırmak için iş yükünün adaletli paylaşılması mühim bir değişkendir. (Tanrıverdi Hergün, 2018).

Çalışanların insan olduğu ve emeklerinin yaşamlarının kritik bir bileşeni olduğu unutulmamalıdır. Böylece, çalışanlar daha mutlu ve üretken olmakla kalmayacak, aynı zamanda uzun vadede bir işletmeyi desteklemek için daha çok çabalayacaklardır. Çalıştığı örgütün kendisini desteklediği ve adil yaklaşım sergilediği algısına sahip olan çalışan duygusal emek sergilerken zorlanmayacaktır.

Kaynakça

Alcan, G. (2020). İş talepleri ve iş kaynakları modeli ile çalışanların psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişki. *Management and Political Sciences Review*, 2(2), 86-103.

Ardıç, K. & Polatçı, S., (2009). Tükenmişlik sendromu ve madalyonun öbür yüzü: işle bütünleşme, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 21-46.

Baltacı, A. (2017). İş yükü ve performans arasındaki ilişkiler: ampirik bir araştırma, *SBED*, 101-121.

Başçılar, M. & Taşçı, A. (2018). İş yükü ve iş tatmini arasındaki ilişki: sosyal hizmet uzmanları üzerine bir araştırma, *IGUSABDER*, 4, 330-344.

Becker, A. B., Warm, J. S., Dember, W. N. & Hancock, P. A. (1995). Effects of jet engine noise and performance feedback on perceived workload in a monitoring task. *The International Journal Of Aviation Psychology*, 5(1), 49-62.

Beğenirbaş, M. & Meydan, C. H. (2012). Duygusal emeğin örgütsel vatandaşlık davranışıyla ilişkisi: öğretmenler üzerinde bir araştırma. *İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.14 (3), 1-24.

Bolat, O.İ., (2011), iş yükü, iş kontrolü ve tükenmişlik ilişkisi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2), 87-101.

Burke, R.J., Koyuncu, M., Fiksenbaum, L. & Tekin Acar, F. (2009). Work hours, work intensity, satisfactions and psychological well-being among turkish manufacturing managers. *Europe's Journal of Psychology*, 2,12-30.

Çakıcı, A., Özkan, C., & Akyüz, B. H. (2013). İş yükü yoğunluğunun, iş ve yaşam doyumuna etkisi üzerine otomotiv işletmelerinde bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 1-26.

Çetin, A. ve Karaaslan, E. (2021). Sağlık kurumlarında duygusal emek. *Sağlık Perspektifinden Örgütsel Psikoloji* Edt. Urgan, S. ve Erdoğan, P, Eğitim Yayınevi, Konya. 1-19.

Cole, D., Panchanadeswaran, S. ve Daining, C. (2004). Predictors of job satisfaction of licensed social workers: perceived efficacy as a mediator of the relationship between workload and job satisfaction. *Journal of Social Service Research*, 31(1), 1-12

Çolak, N., (2018), duygusal emeğin iş performansına etkisi: havacılık sektöründe bir uygulama, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1-186.

Crawford, E. R., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: a theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology*, 95(5), 834.

Çuhadar, M., Gencer, Z., (2016). konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin aşırı iş yükü ve örgütsel bağlılık algıları: Side ve Belek örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1323-1346.

Demerouti, E., Bakker, A.B., Nachreiner, F., Schaufeli, W.B. (2001). The job demandsresources model of burnout. *Journal Of Applied Psychology*, 86(3), 499-512.

Demerouti, E. (2018), Integrating individual strategies in the job demands-resources theory. *Istanbul Business Research*, 47(1),7-34.

De Zwart, B.C.H., Frings-Dresen, M.H.W. & Van Dijk, F.J.H., (1995). Physical workload and the ageing worker: a review of the literature. *Int. Arch Occupation Environment Health*, 68, 1-12.

DiDomenico, A. & Nussbaum, M. A., (2008). Interactive effects of physical and mental workload on subjective workload assessment. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 38, 977-983.

Erdem, H., Kılınç, E., Demirci, D., (2016). Çalışanlarda iş yükü fazlalığının algılanan istihdam edilebilirlik üzerine etkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 15 (58), 772-784.

Eroğlu, Ş. G. (2014). Örgütlerde duygusal emek ve tükenmişlik ilişkisi üzerine bir araştırma, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 147-160.

Faiz, E., (2019). Aşırı iş yükü ve tükenmişlik sendromunun işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: satış personelleri üzerinde bir araştırma., *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 10 (1), 26-38.

Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: a new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513.

Hobfoll, S. E., & Shirom, A. (2000). Conservation of resources theory: applications to stress and management in the workplace. In *Handbook of Organizational Behavior*, 2nd ed. (57-81). New York, NY: Dekker.

Hobfoll, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6, 307-324.

Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50, 337-421.

Hochschild, A. (1983). *The managed hearth: commercialization of human feeling*. University of California Press.

İnan, İ. (2017). İş yükü algısı ve kariyer bağlılığının örgütsel bağlılık üzerine etkisi: beş yıldızlı otel çalışanları üzerine bir araştırma, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 10(1), 184-198.

Kahraman, Ü. & Çelik, K. (2018). Akademisyenlerin iş yükü algıları ile iş ve aile çatışmaları arasındaki ilişki, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8(1), 95-105.

Kanbur, E. (2018). Aşırı iş yükünün iş ve yaşam doyumuna üzerindeki etkisi: işe bağlı gerginliğin aracı rolü, *İş ve İnsan Dergisi*, 5(2) 125-143.

Karacaoğlu, K. & Çetin, İ., (2015). İş yükü ve rol belirsizliğinin çalışanların tükenmişlik düzeyleri üzerine etkisi: afad örneği, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, Sayı:5, 46-69.

Karadağ, M. & Cankul, İ. H. (2015). Hekimlerde zihinsel iş yükü değerlendirmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 35, 361-370.

Karasek, R. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24,285-307.

Kaya, U. & Özhan, K. (2012). Duygusal emek ve tükenmişlik ilişkisi: turist rehberleri üzerine bir araştırma, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(2), 109-130.

Kaya, U. & Serçeoğlu, N. (2013). Work alienation among emotion workers: a research in service industry. *Labour and Society*, 13(1), 311-346.

Keser, A. (2006). çağrı merkezi çalışanlarında iş yükü düzeyi ile iş doyumunu ilişkisinin araştırılması, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 100-119.

Keser, A., Öngen B. B. & Aytaç, S. (2017). Niceliksel iş yükü envanterinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, *İş Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 19(2), 51-74.

Koçak, D., Kerse, G. & Yücel, İ., (2018). Çalışanlar aşırı iş yüklerinden ötürü aileleri ile çatışma yaşarlar mı? Havacılık sektöründe bir inceleme, *IV. Uluslararası Mesleki ve Teknik Bilimler Kongresi*, Erzurum, 1386-1392.

Korkmazer, F. & Aksoy, A., (2018., Sağlık çalışanlarının iş yükü fazlalığı algısının yaşam kalitesi ve iş- aile çatışması ile ilişkisi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(12), 607-619.

Koruca H. İ. Aydın L. & Demir, H.B., (2015), Bir mobilya fabrikasında iş görenlerin fiziksel ve psikolojik iş yükü seviyelerinin belirlenmesi ve uygun istasyonlarda çalıştırılması, *Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 523-531.

Lee, R. T. & Ashforth, B. E. (1996). A meta-analytic examination of the correlates of the three dimensions of job burnout. *Journal of Applied Psychology*, 81(2), 123-133.

Louhevaara, V. & Kilbom, A. (2005). Dynamic Work Assessment. In Wilson, J.R. and Corlett, N. (Eds.). *Evaluation of human work*, (Taylor and Francis Group, US) .429-451.

Meijman, T.F. & Mulder, G. (1998) Psychological aspects of workload. In: drenth, P.J.D. and Thierry., H., Eds., *Handbook of Work and Organizational Psychology*, Hove, Psychology Press. 5-33.

Mersin, S., İpçioğlu, İ. & Koca, G., (2018), Analysis of the workload of nurses, *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 5(3), 238-245.

Oral, L. & Köse, S. (2011). Hekimlerin duygusal emek kullanımı ile iş doyumunu ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma,

Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (2),463-492.

Ordukaya H. (2011). Fiziksel iş yükü ve ergonomi, *Anahtar Dergisi*, 273-274

Öğrüş Ildız, G. (2009). İnşaat firmalarında proje müdürlerinin iş yükü, iş stresi, iş tatmini ve motivasyon ilişkisi Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2009.

Samancı, S.& Basım, H.J. (2018). Kendilik değerlendirmeleri ve iş yükü fazlalığının mesleki tatmin üzerine etkisi: avukatlar üzerine bir araştırma, *İş ve İnsan Dergisi*, 5(2), 169-184.

Seçkiner, S. U. & Toraman, N. (2017). Bilişsel iş yükünü belirlemek için yeni bir model. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 5(1), 365-381.

Soysal, A. (2009). İş yaşamında stres, *Çimento İşveren Dergisi*, 17-40

Tanrıverdi Hergün, H. (2018). Tıbbi sekreterlerin iş yükü analizi ve iş memnuniyetlerine ilişkin bir çalışma, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, (2), 32-47.

Tatlı, M. & Akın, H. B., (2017), Tükenmişlik ile iş yükü arasındaki ilişki: Aksaray defterdarlığında bir araştırma, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 49-62.

Tayfur, Ö. & Arslan, M. (2012). Algılanan iş yükünün tükenmişlik üzerine etkisi: iş-aile çatışmasının aracı rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 147-172

Töngür, A. (2016). İş yükü, kişilerarası çatışma ve performans: bankacılık sektörünün karşılaştırmalı analizi, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(13), 547-565.

Tuğrul, B. & Çelik, E., (2002), Normal çocuklarla çalışan anaokulu öğretmenlerinde tükenmişlik, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12. 1-11.

Turgut, T. (2011). Çalışmaya tutkunluk: iş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (3-4) 155-179.

Weiner, J.S. (1982). The measurement of human workload, *Ergonomics*, 25, 953-965.

Young, M.S. & Stanton, N.A., (2002). Attention and automation: new perspectives on mental underload and performance. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 3, 178-194.

Yürür, S. & Ünlü, A. G. O. (2011). Duygusal emek, duygusal tükenme ve işten ayrılma niyeti ilişkisi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(2).

BÖLÜM VII

KEYNESYEN TÜKETİM FONKSİYONU EŞANLI MODEL UYGULAMASI: TEORİK BİR YAKLAŞIM

Application of the Keynesian Consumption Function Simultaneous Model: A Theoretical Approach

Nedim DİKMEN¹

*¹(Dr. Öğr. Üyesi), Ordu Üniversitesi,
Ünye İİBF Fakültesi, Ordu, Türkiye
E-mail: nedim1963@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-8376-6463*

1. Giriş

L iteratürde, iktisadi olgu ve olayların ölçülmesinde yaygın olarak iki değişkenin yer aldığı basit regresyon modelleri ve ikiden fazla değişkenden oluşan çoklu regresyon modelleri kullanılmaktadır. Oluşturulan modelde değişkenlerden biri veya birkaçı bağımsız değişken, biri ise bağımlı değişken olarak yer almaktadır. Oysa gerçek hayatta birçok iktisadi olgu ve olaylar tek denklemlilerle açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapıya sahiptir. Özellikle makroekonomik modellerde değişkenler arasındaki ilişkiler oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamak için birden çok denklemliler kullanılır. Ancak birden çok denklemliler; *eşanlı denklem modelleri, geri dönüşümlü denklemler ve görünüşte ilişkisiz denklemler* olmak üzere üç gruba ayrılır. Bu çalışmada, Eşanlı denklemlerin özellikleri, belirlenme sorunu ve Keynesyen Tüketim Fonksiyonunun eşanlı modellerle tahmin yöntemleri teorik bir yaklaşım çerçevesinde incelenmiştir.

2. Keynesyen Tüketim Fonksiyonu

John Maynard Keynes, 1929 Büyük Dünya Buhranı sonrası klasik düşüncede kendiliğinden dengeye gelen piyasa ekonomisi düşüncesi yerine, ekonominin eksik istihdam seviyesinde de dengeye gelebileceğini, ekonomik istikrarın devam etmesi için devletin para ve maliye politikası ile ekonomiye müdahale etmesi gerektiğini savunan, radikal düşünceleriyle ekonomide yeni bir düşünce akımı başlatmıştır. 1929 Dünya Ekonomik Buhranı'nın ortaya çıkması ile Klasik Makro İktisat Okulu temellerinden sarsılmış, 1929-1936 yılları arasında ortaya çıkan yeni gelişmeler, Klasik düşüncenin gözden düşmesine, eksik rekabet piyasalarını ve devlet müdahalesini esas alan Keynesyen Makro İktisat Okulu'nun yıldızının parlamasına yol açmıştır (Bocutoğlu, 2011: 6-7). Keynesyen Okul'un ekonomiye müdahalede kullandığı para ve maliye politikalarına "Toplam Talep Politikaları" adı verilir. Bu politikaların amacı, kısa dönemde toplam talebi artırıp, azaltarak ekonomide üretim, istihdam, enflasyon ve ödemeler dengesi sorunlarını çözmektir (Bocutoğlu, 2011:117). Dışa açık bir ekonomide toplam talep (AD) kavramı aşağıdaki şekilde formüle edilebilir;

$$AD = C + I + G + (E - M)$$

Burada, AD= Toplam talep, C = Tüketim harcamaları, I = Yatırım harcamaları, G = Kamu harcamaları, E = İhracat, M = İthalat, (E-M) ise dış ticaret açığı/fazlasını göstermektedir. Ekonomide toplam arz ve istihdam seviyesini belirleyen en önemli faktör toplam taleptir.

Keynes, tüketim fonksiyonunu oluşturan temel psikolojik yasayla ilgili olarak, bireylerin gelirleri arttığında tüketimlerini de arttıracaklarını, ancak kullanılabilir gelirdeki bir birimlik artışın daima kendinden daha küçük bir tüketim artışına yol açacağı, yani gelirle birlikte tasarrufunda artacağını belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin, gelirlerindeki bir birimlik artışın ne kadarının tüketim harcamalarına yönelteceklerini belirleyen psikolojik bir davranış kalıbına sahip olduğunu ileri sürülmüştür. Ekonomide, Toplam talep (AD) eşitliğinde yer alan harcama kalemlerinden en önemlisi tüketim harcamalarıdır. Toplam harcamalar içinde tüketim harcamalarının yüzde 70'in üzerinde olduğu varsayılır. Tüketim harcamalarını etkileyen en önemli değişken ise kullanılabilir gelirdir. Keynesyen "mutlak Gelir Hipotezi" ne göre tüketim harcamaları tüketim fonksiyonuna göre belirlenir. Dışa kapalı ve vergilerin

dikkate alınmadığı bir ekonomide Keynesyen tüketim fonksiyonu aşağıdaki şekilde yazılır.

$$C = C_0 + cY_d \quad C_0 > 0, 0 < c < 1$$

Eşitlikte, C = Tüketim Harcamaları, C_0 = Otonom Tüketim Harcamaları, c = Marjinal Tüketim Eğilimi, Y_d = Kullanılabilir Gelir, cY_d = Uyarılmış Tüketim Harcamalarını ifade eder. Mutlak Gelir Hipotezine göre toplam tüketim harcamaları gelirden bağımsız otonom tüketim harcamaları ve uyarılmış tüketim harcamaları toplamından oluşmaktadır. Ayrıca, Keynes, marjinal tüketim eğiliminin, $0 < c < 1$ arasında bir değer alacağını, marjinal tüketim eğilimi katsayısı ile marjinal tasarruf eğilimi katsayısının toplamının 1'e eşit olduğunu ileri sürmüştür (Parasız, 2013:57-60). Keynes kitabında tüketim harcamalarını etkileyen birçok etmen olduğunu kabul etse de bunların içinde en önemlisinin gelir olduğunu savunmuştur. Gerçek yaşam içinde tüketimi ve buna bağlı olarak tasarrufu da etkileyen etmenler içinde servet miktarı, demografik yapı ve gelecekte beklenen gelir başta gelmektedir (Yalta & Yalta, 2019:254). Ekonomik performansın ölçülmesinde ve geleceğe yönelik makroekonomik politikaların belirlenmesinde bir ülkenin tüketim davranışının iyi analiz edilmesi gerekir. Bu nedenle Keynesyen Tüketim Modeli'nin analiz edilmesinde en uygun model eşanlı denklem modelleridir. Ampirik çalışmalarda eşanlı denklem modellerinin teorik yapısının anlaşılmasının analiz açısından araştırmacılara bazı kolaylıklar sağlayacağı kanısındayım.

3. Eşanlı Denklem Modelleri

Tek denklemlerli regresyon modelleri, içinde tek bir bağımlı değişken (Y) ile bir ya da daha fazla açıklayıcı değişkenin bulunduğu (X değişkenleri) modellerdir. Bu tür modellerde sebep-sonuç ilişkisi X 'ten Y 'ye doğrudur. Bir başka ifade ile Y değişkeni X değişkenlerinin doğrusal bir fonksiyonu olarak gösterilir. Modelde Y değişkeni etkilenen, X değişkenleri ise etkileyen değişkenler olarak yer alır. Tek denklemlerli ekonometrik modellerde bağımlı değişken Y ile bağımsız değişken X 'ler arasındaki nedenselliğin tek yönlü olduğu kabul edilir.

Ancak Y ile X değişkenleri arasındaki ilişki iki yönlü veya eşanlı bir ilişkide olabilir. Yani $Y = f(X)$ olduğu gibi, $X = g(Y)$ nedensellik ilişkisi de ortaya çıkabilir. Eğer değişkenler arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi varsa, bu ilişkiyi açıklamak için birden çok denklemlerli modeller kullanılır. Bu tür modellerde *içsel* ve *dışsal değişken* ayrımı yapılmaktadır. Modellerde her biri karşılıklı ya

da ortak bağımlı veya *içsel değişkenler* için bir tane olmak üzere birden fazla denklem vardır. Eşanlı denklem modellerinde ortak bağımlı değişkenlere *içsel değişkenler*, gerçekten olasılıksız olan ya da öyle sayılan değişkenlere *dışsal değişkenler*, ya da önceden belirlenmiş değişkenler denir. İçsel değişkenler, model içinde birbirlerini karşılıklı olarak etkileyen tesadüfi değişkenlerdir. *Dışsal değişkenler* ise, değerleri model dışında belirlenen, tesadüfi olmayan değişkenlerdir. Eşanlı denklem sistemlerinde gecikmeli içsel ve gecikmeli dışsal değişkenlerde yer alabilir.

İktisadi olayların özelliğine göre içsel ve dışsal değişkenler farklı olurlar. Aynı değişken bazı modellerde içsel, bazı modellerde ise dışsal değişken olarak yer alırlar. Genellikle içsel, dışsal değişken ayrımı iktisadi teoriye uygun olarak yapılır. Hangi değişkenlerin dışsal, hangilerinin içsel değişken olduğu bazı modellerde çok belirgin iken, bazı olaylarda karar vermek oldukça güçtür.

Bu açıklamalardan sonra eşanlı denklem modellerine uygun bir örnek olarak Keynesyen tüketim modeli verilebilir;

Örnek 1: Keynesyen tüketim fonksiyonu bir model olarak ifade edilirse;

$$\text{Tüketim fonksiyonu: } C_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t \quad 0 < \beta_1 < 1$$

$$\text{Gelir Özdeşliği: } Y_t = C_t + I_t \text{ veya } Y_t = C_t + S_t \quad I = S$$

modelde;

$$C = \text{Tüketim harcaması}$$

$$Y = \text{Gelir}$$

$$I = \text{Yatırım}$$

$$S = \text{Tasarruf}$$

$$u = \text{olasılıklı bozucu terim}$$

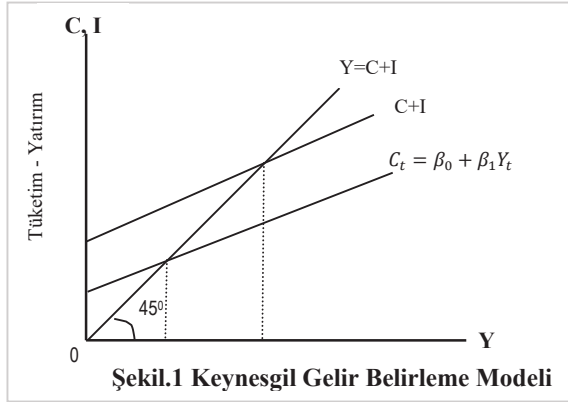
$$t = \text{zaman}$$

$$\beta_0 + \beta_1 = \text{Anakütle katsayılarıdır.}$$

Burada C_t ve Y_t değişkenleri birbirlerini karşılıklı olarak etkilediklerinden içsel değişken, I_t ve S_t değişkenleri ise sistem dışında olduklarından dışsal değişkenler olarak adlandırılır.

İlk modelde β_1 katsayısı marjinal tüketim eğilimidir ve değeri 0 ile 1 arasında değişir. Ulusal gelir özdeşliğinde ise toplam gelirin toplam tüketim harcaması ile yatırım harcaması arasında bölüşüldüğü görülür.

$I = S$ olduğundan tüketim harcamaları artı tasarruflar toplam gelire eşit olacaktır.



Şekilde görüldüğü gibi belli bir dönemde yapılacak tüketim harcamalarını belirleyen temel faktör gelirdir. Gelir değiştiğinde hane halklarının tüketim harcaması yapma gücü ve isteği de değişecektir. Gelir ve tüketim harcamaları arasındaki doğru yönlü bu ilişki tüketim fonksiyonu olarak adlandırılır. Gelirin tüketilmeyen kısmına ise tasarruf denir. $I = S$ olduğundan yapılan tasarruflar yatırımlara dönüşecek ve sonuç olarak gelirleri etkileyen bir değişken olacaktır.

Modelde Y_t ile u_t arasında bir ilişki olduğu, çeşitli etkenler nedeniyle hata terimi u_t kaydığında, tüketim fonksiyonunun da kayacağı, dolayısıyla Y_t 'nin etkileneceği görülür. u değerindeki artışın sonucu tüketim harcaması artar. Fakat tüketim harcaması gelirin bir bileşeni olduğundan, bu da geliri artıracaktır, gelirin artması ise tüketim harcamasını artıracaktır, vs. Dolayısıyla gelir ve tüketim harcaması karşılıklı olarak birbiriyle bağımlı değişkenlerdir (Gujarati,2016:207-208). Modelde yer alan u_t 'nin ölçüm hatalarını ve tahmin edilemeyen unsurları içerdiği varsayılır (Wahid, 2000:358). Yani, $\beta_0 > 0$, $0 < \beta_1 < 1$ arasında olduğu varsayılır (Ünay, 1966:44). Bu durumda bağımsız değişkenle hata terimi arasında bir ilişki olmadığı varsayımına dayanan EKK yöntemi tüketim fonksiyonuna uygulanamaz, uygulanırsa tahmin ediciler tutarsız ve sapmalı olur.

2.2. Eşanlı Denklem Sistemlerinde Denklem Türleri

Eşanlı denklem sistemlerinde üç değişik denklem vardır. Bu denklemler, tanım denklemleri, davranış denklemleri ve denge şartı denklemleridir.

Tanım Denklemleri: Bir değişkenin bileşenlerini gösteren denklemlere tanım denklemleri denir. Bu tür denklemlerde bilinmeyen parametre ve hata terimi yoktur.

Davranış Denklemleri: Modelde bir değişkenin diğer değişkenlerdeki değişimlere karşı gösterdiği tepkisel davranışı ölçen denklemlerdir. Bu davranış şekilleri ortalama veya marjinal esneklik, eğim gibi değerler olabilir. Bu denklemler ile parametre tahmini yapılabilmektedir.

Denge Şartı Denklemleri: Bir denge şartının bulunduğu durumlarda oluşturulan denklemlerdir. Bu denklemlerde yer alan içsel değişkenlerin birbirine eşitliği söz konusudur. Modelin matematiksel olarak çözülebilmesi için içsel değişken sayısının denklem sayısına eşit olması gerekir. Dışsal değişken sayısında her hangi bir sınır yoktur. İstenildiği kadar dışsal değişken katılabilir. Modelin matematiksel kalıbı, doğrusal veya eğrisel şekilde olabilir.

Örnek 2: Keynesyen gelir modelinde,

$$\text{Tüketim fonksiyonu: } C_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t, 0 < \beta_1 < 1$$

$$\text{Gelir Özdeşliği: } Y_t = C_t + I_t$$

İlk denklemde parametreler ve hata terimi yer aldığından davranış denklemi, ikinci denklemde C_t değişkenlerinin bileşenleri yer aldığından tanım denklemidir.

2.3. Eşanlılık Sapması

Eşanlı denklem modellerinde yer alan içsel değişkenlerin u_t hata terimleri ile ilişkili olması durumunda parametre tahminlerinin gerçek değerlerinden sapmalı ve tutarsız olmasına **eşanlılık sapması** denir. Eşanlılık sapması hata terimleriyle ilgili bir kavramdır. Bir denklemde eşanlılık sapmasının olup olmadığını anlamak için denklemin sağında yer alan içsel değişkenle hata teriminin kovaryans değerine bakılır. Dolayısıyla $[E(u, X) \neq 0]$ ve bunun sonucunda tahminler hem sapmalı, hem de tutarsız olmaktadır.

Örnek 3: Keynesyen gelir ve tüketim harcamaları modelinde eşanlilik sapması durumu;

$$\text{Tüketim fonksiyonu: } C_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t$$

$$\text{Gelir Özdeşliği: } Y_t = C_t + I_t$$

$$E(Y, u) \neq 0$$

Eşanlı modelde iki denklem ve iki içsel değişken vardır. C_t ve Y_t değişkenleri birbirlerini karşılıklı olarak etkilediklerinden içsel değişken, I_t değişkeni ise sistem dışında olduğundan dışsal değişkendir. İkinci denklemde C_t yerine eşiti olan ifadeyi koyarsak.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t + I_t$$

$$Y_t - \beta_1 Y_t = \beta_0 + u_t + I_t$$

$$(1 - \beta_1) Y_t = \beta_0 + I_t + u_t$$

$$Y_t = \frac{\beta_0}{(1 - \beta_1)} + \frac{I_t}{(1 - \beta_1)} + \frac{u_t}{(1 - \beta_1)}$$

$$\text{cov}(Y, u) \neq 0$$

$$\text{Cov} \left[Y_t - E(Y_t) \right] \left[u_t - E(u_t) \right] \neq 0$$

$$E(Y_t) = E \left[\frac{\beta_0}{(1 - \beta_1)} + \frac{I_t}{(1 - \beta_1)} + \frac{u_t}{(1 - \beta_1)} \right]$$

$$E(Y_t) = E \left[\frac{\beta_0}{(1 - \beta_1)} \right] + E \left[\frac{I_t}{(1 - \beta_1)} \right] + E \left[\frac{u_t}{(1 - \beta_1)} \right]$$

$$= \frac{\beta_0}{(1 - \beta_1)} + \frac{1}{(1 - \beta_1)} E(I_t) + \frac{1}{(1 - \beta_1)} E(u_t)$$

I_t dışsal değişkeni stokastik değil ve $E(I_t) = I_t$ dir. Sabit terimin de beklenen değeri kendisidir. Hata terimlerinin ise beklenen değeri sıfırdır.

Y_t ve u_t nin ortak varyansının sıfıra eşit olmadığı kanıtlanabilir,

$$\text{Cov} \left[Y_t - E(Y_t) \right] \left[u_t - E(u_t) \right] \neq 0$$

$$= E \left[\frac{\beta_0}{(1-\beta_1)} + \frac{I_t}{(1-\beta_1)} + \frac{u_t}{(1-\beta_1)} - \frac{\beta_0}{(1-\beta_1)} - \frac{I_t}{(1-\beta_1)} \right] [u_t, -0]$$

$$= E \left[\frac{1}{(1-\beta_1)} u_t \right] [u_t]$$

$$= E \left[\frac{\sigma^2}{(1-\beta_1)} u_t \right]$$

$$= E \left[\frac{\sum u_t^2}{(1-\beta_1)} \neq 0 \right]$$

Sonuç olarak ilk fonksiyona sıradan en küçük kareler yöntemini uygulayacak olursak, katsayıların tahminleri sapmalı ve tutarsız olacaktır.

2.4. Eşanlı Modellerde Belirlenme Problemi

Eşanlı Modellerde belirlenme, bir model tahmini ya da değerlendirilmesinden çok, bir model kurma sorunudur. Bu nedenle belirlenme problemi, tahmin problemlerinden daha önceliklidir. Bir başka ifade ile oluşturulan yapısal modelde yer alan denklemlerin teker teker belirlenmiş olup olmadığının araştırılması gerekir. Kısaca eşanlı denklem sistemlerinde belirlenme tahmin edilmesi gereken parametrelerin tek değer olarak elde edilip edilmeyeceği ile ilgili bir sorundur.

Genellikle ekonometride modeller eşanlı bir denklem sistemi içerisinde yer alır. En az içsel değişken sayısı kadar bağımsız denklem içeren modellere **eksiksiz modeller** denir. Modelin bütün olarak belirlenebilir olması için modelin eksiksiz olması ve her denklemin kendi başına belirlenebilir özellikte olması gerekir. Belirlenme, sadece katsayıları tahmin edilecek denklemler için

gereklidir. Tanım denklemleri, özdeşlikler veya denge koşulu denklemleri için tahmin gerekmediğinden belirlenme sorunu ortaya çıkmaz. Eşanlı modellerde, ancak belirlenme durumunun incelenmesinden sonra, tahmin için en uygun yöntem arayışına geçilebilir.

Ekonometri kuramında belirlenme ile ilgili üç durum söz konusudur; **Eksik belirlenme, Tam belirlenme ve Aşırı belirlenme**

Yapısal denklemin tahminleri elde edilemiyorsa eksik belirlenme durumu, edilebiliyorsa tam veya aşırı belirlenme söz konusudur. Yapısal denklem katsayıları tek sayısal değer olarak tahmin ediliyorsa tam belirlenme, her parametre için birden fazla değer elde ediliyorsa aşırı belirlenme söz konusudur. Eğer modelin bütün denklemleri belirlenmiş ise model belirlenmiştir. Belirlenme durumu, indirgenmiş kalıp denklemleri veya yapısal kalıp denklemlerinden yararlanılarak anlaşılır.

2.4.1. Belirlenmenin İndirgenmiş Kalıp Denklemleri ile Araştırılması

İndirgenmiş kalıp denklemleri ile yapısal modelin katsayıları tahmin edilebilir. Eğer yapısal modelin katsayıları indirgenmiş kalıp denklemlerinden tahmin edilebiliyorsa tam veya aşırı belirlenme, tahmin edilemiyorsa eksik belirlenme durumu söz konusudur.

En az içsel değişken sayısı kadar bağımsız denklem içeren modellere eksiksiz model denir ve bu tür modeller matematiksel olarak tahmin edilebilir. Tahmin sonucu yapısal parametrelerin elde edilebilmesi için eşanlı denklem sistemlerinde yer alan her denklemin ayrı ayrı belirlenebilir olması gerekir. Yapısal denklemin parametreleri tahmin edilemiyorsa belirlenmemiş veya eksik belirlenmiştir. Bu durumda eşanlı denklem modelinin yeniden kurulması gerekir. Bunun için modele yeni bir denklem ve/veya değişken ilave edilmesi veya çıkarılması gerekir. Ancak denklem veya değişken sayısının artması modelin parametre tahminlerini güçleştirecektir.

Örnek 4: Keynesyen tüketim harcamaları ve gelir modelinin indirgenmiş kalıp denklemlerinden yararlanarak belirlenme durumunu araştırınız?

Tüketim fonksiyonu: $C_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t$, $0 < \beta_1 < 1$

Gelir Özdeşliği: $Y_t = C_t + I_t$

Modelin indirgenmiş kalıp denklemleri aşağıdaki gibi olacaktır,

$$C_t = \pi_1 + \pi_2 I_t + e_t$$

$$Y_t = \pi_3 + \pi_4 I_t + e_t$$

Burada π_i değerleri,

$$\pi_1 = \frac{\beta_0}{(1-\beta_1)} \quad \pi_3 = \frac{\beta_0}{(1-\beta_1)}$$

$$\pi_2 = \frac{\beta_1}{(1-\beta_1)} \quad \pi_4 = \frac{\beta_1}{(1-\beta_1)}$$

olacaktır. Eşanlı modelde indirgenmiş kalıp parametreleri ile yapısal kalıp parametreleri arasındaki ilişkiden dolayı,

$$\pi_1 = \pi_3$$

$$\pi_2 = \beta_1 \pi_4$$

$$\pi_3 = \beta_0 \pi_4$$

olur. Yapısal kalıp parametreleri ise,

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\pi_2}{\pi_4}$$

$$\hat{\beta}_0 = \frac{\pi_3}{\pi_4}$$

olarak tahmin edilir. Yapısal denklem katsayıları için tek değer bulunduğundan denklem tam belirlenmiştir.

2.4.2. Belirlenmenin Yapısal Kalıp Denklemleri ile Araştırılması

Yapısal kalıp denklemlerinden yararlanarak bir denklemin belirlenmesi için iki koşulun sağlanması gerekir. Bu koşullar sayma (boy) ve Rank (mertebeye) şartlarıdır. Belirlenme sadece davranış denklemlerinde araştırılır. Tanım ve denge şartı denklemleri için incelenmez.

1. Belirlenmenin Sayma Şartı

Bu şart, eşanlı denklem sisteminde belli bir denkleme katılan ve katılmayan değişkenlerin sayılması kuralına dayanır. Eşanlı denklem sisteminde yer alan bir denklemin belirlenebilmesi için gerekli fakat yeterli olmayan bir koşuldur. Burada belirlenmesi araştırılan denklem için denklemden yer alan ve yer almayan değişken sayıları önemlidir.

Eksiksiz bir modelde içsel değişkenlerin sayısının, modelin denklem sayısına eşit olması gerekir. Bu varsayıma göre belirlenmenin sayma koşulu; *Bir denklemin belirlenmesi için, bu denklemden bulunmayan tüm değişkenlerin (dışlanmış değişkenler) sayısının, en az modelin denklem sayısının (içsel değişkenlerinin sayısı) bir eksiğine eşit veya büyük olması gerekir.* Ancak sayma koşulu sağlanmış olsa bile ilişki belirlenmeyebilir. Buna varsayımlara göre;

$G = \text{toplam denklem sayısı} (= \text{toplam içsel değişken sayısı})$

$K = \text{Modelin içsel ve dışsal tüm değişkenlerinin sayısı}$

$M = \text{İncelenen denklemin içerdiği içsel ve dışsal değişken sayısı}$

olarak tanımlanırsa,

$K - M < G - 1$ ise Eksik belirlenme

$K - M = G - 1$ ise Tam belirlenme

$K - M > G - 1$ ise Aşırı belirlenme

durumu söz konusu olacaktır.

Örnek 5: Aşağıda G , K ve M sayıları verilen eşanlı denklemlerin belirlenme durumunu inceleyiniz?

İlk denklem için

$$G = 6 \quad K = 10 \quad M = 7 \text{ ise}$$

$$K - M < G - 1$$

$$10 - 7 < 6 - 1$$

$$3 < 5$$

olduğundan denklemede eksik belirlenme vardır.

İkinci denklem için

$$G = 5 \quad K = 10 \quad M = 6 \text{ ise}$$

$$K - M < G - 1$$

$$10 - 6 < 5 - 1$$

$$4 = 4$$

olduğundan denklemede tam belirlenme vardır.

2. Belirlenmenin Rank (meretebe) Şartı

Yapısal bir modelde bir denklemin belirlenebilirliğini anlamak için gerekli ve yeterli bir koşuldur. G denklemlerli bir modelde dışlanan değişkenlerin katsayılarından oluşan matris rankının (G-1)'e, yani toplam denklem sayısının bir eksiğine eşit olmasıdır.

Rank şartına göre, G denklemlerli bir modelde belli bir denklemin belirlenme koşulu, ancak ve ancak bu denklemde bulunmayan, sistem içersinde yer alan diğer denklemlerde bulunan değişkenlerin katsayılarından, satır-sütun sayısı (G-1) olan, sıfırdan farklı en az bir determinant hesaplanması ile mümkündür. Başka bir ifadeyle, bir ilişkinin belirlenebilmesi için yeterli koşul, Bu denklemde dışlanan (içsel ve önceden belli) bütün değişkenlerin parametrelerinden oluşan matrisin rankının (G-1)'e eşit olmasıdır. Bir matrisin rankı (meretebesi), bu matristen oluşturulabilecek sıfırdan farklı determinant boyutları en büyük olanın satır-sütun sayısıdır. Yapısal bir modelde bir denklemin belirlenebilirliğini anlamak için Rank şartı beş aşamada incelenir.

1) Eşanlı denklem sisteminin bütün denklemleri, sol tarafta parametreler ve sağ tarafta hata terimleri yer alacak şekilde bir tablo halinde düzenlenir. Denklemde bulunmayan değişkenlerin yerine sıfır değeri konulur.

2) Belirlenmesi incelenen denklemin tabloda katsayılar satırı çizilir.

3) İncelenen denklemin sıfırdan farklı katsayılarının bulunduğu sütunlar da çizilerek çıkarılır. Dolayısıyla belirlenmesi incelenen denklemin satır ve sütunları çıkarılınca, geriye bu denklemde yer almayan sistemin diğer denklemlerinde bulunan değişkenlerin katsayıları kalır.

4) Satır-sütun sayısı (G-1) olan matrislerin determinantları hesaplanır. Bu determinantlardan en az biri sıfırdan farklı ise denklem belirlenebilir. İncelenen matrislerin tüm determinantları sıfıra eşitse denklem eksik belirlenmiştir.

5) Belirlenmesi istenilen denklemin tam ya da aşırı belirlendiğini görebilmek için sıra koşulunu ($K - M \geq G - 1$) kullanırız. Bu koşula göre ($K - M = G - 1$) ise tam belirlenme durumu, Eşitlik sağlanamıyorsa, yani ($K - M > G - 1$) ise aşırı belirlenme söz konusudur.

Örnek 6: Keynesyen tüketim harcamaları ve gelir modelinin belirlenme durumunu sayma ve rank şartına göre incelenmesi;

$$\text{Tüketim fonksiyonu: } C_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + u_t \quad 0 < \beta_1 < 1$$

$$\text{Gelir Özdeşliği: } Y_t = C_t + I_t$$

Sayma Şartı:

Eşanlı denklem sisteminde,

$$G = \text{Toplam denklem sayısı} = 2$$

$$K = \text{Toplam değişken sayısı} = 3$$

$$M = \text{İncelenen denklemin değişken sayısı} = 2 \text{ (I. denklem)}$$

$$K - M = G - 1 \quad 3 - 2 = 2 - 1 \quad 1 = 1$$

olduğundan denklem tam belirlenmiştir.

Rank Şartı:

Denklemler	C	Y
1. Denklem	+	+
2. Denklem	+	+

Satır ve sütun sayısı $(G-1)=1$ olan matrisin determinantı,

$$D = |-1| \neq 0 \text{ olduğu için, denklem belirlenmiştir.}$$

2.5. Eşanlı Denklem Modellerini Tahmin Yöntemleri

Eşanlı denklem modellerinde belirlenme durumunun incelenmesi sonucu, parametrelerin tahmini için hangi tahmin yöntemlerinin seçileceğine karara verilir. Eşanlı modellerin tahmininde kullanılan başlıca tahmin yöntemleri,

1) Tek Denklem Yöntemleri (sınırlı-bilgi yöntemi)

- Dolaylı en küçük kareler yöntemi
- İki aşamalı en küçük kareler
- Araç değişkenler
- Sınırlı bilgi ile en çok benzerlik

2) Sistem Yöntemleri (Tam bilgi yöntemi)

- Üç aşamalı en küçük kareler yöntemi
- Tam bilgi ile en çok benzerlik

Tek denklem yöntemleri eşanlı sistemde yer alan denklemlerin ayrı ayrı ele alınarak çözümlenmesine yöneliktir. Tahmin için modelde yer alan tüm

kısıtları bilmeye gerek yoktur. Bu yüzden tek denklemlerli yöntemlere sınırlı-bilgi yöntemleri de denir. Sistem yöntemleri ise tek denklemlerli yöntemlere göre daha karmaşık yöntemlerdir. Çünkü bu yöntemde çözüm yapabilmek için tüm denklemlerle ilgili bilgi ve kısıtların bilinmesi gerekir. Bu nedenle tam bilgi yöntemi olarak da adlandırılır. Bu yöntemde tanımlama hataları sistem içinde yer alan tüm denklemleri etkiler. Oysa tek denklemlerli yöntemde tanımlama hatası sadece incelenen denklemleri etkilemektedir.

Sistem yöntemleri tek denklemlerli yöntemlere göre daha fazla bilgi kullanır. Model analizinde parametre değerine konulan tüm kısıtlar ve model kalıbı da dikkate alınır. Oysa tek denklemlerli yöntemleri eşanlı sistemde yer alan diğer denklemlerin katsayılarına konulan kısıtları ve hata terimlerini dikkate almaz.

Sistem yönteminde tahmin yapılabilmesi için gözlem sayısı eşanlı denklemler sisteminde yer alan bütün parametre sayısından büyük olmalıdır. Tek denklemlerli modellerde ise daha küçük örnekler kullanılabilir.

2.5.1. Dolaylı En Küçük Kareler Yöntemi (DEKK)

Dolaylı en küçük kareler yöntemi, aynı zamanda indirgenmiş kalıp yöntemi olarak da bilinir. Eşanlı modelde denklemlerden birine her defasında bir kez uygulanan tek denklemler tahmin yöntemidir. Bu yöntem tam belirlenmiş denklemlerin tahmin edilmesinde kullanılır. Dolaylı en küçük kareler yönteminin aşırı belirlenme durumunda uygulanması doğru değildir.

Bu yöntemde dolaylı denilmesinin nedeni, indirgenmiş kalıp katsayılarından hareketle yapısal kalıp katsayılarının elde edilmesidir. Ayrıca bu yöntemin uygulanabilmesi için indirgenmiş kalıp denklemlerinin tam belirlenmiş olması yanında, hata terimlerinin de daha önce açıkladığımız regresyon modelinin temel varsayımlarına uygun olması gerekir. Bu yöntem küçük örnekler için sapmalı, büyük örnekler için tutarlı ve sapmasızdır.

Bir eşanlı modelde dolaylı en küçük kareler (DEKK) yöntemi şöyle uygulanır,

1. Aşama: Yapısal denklemlerin indirgenmiş kalıp katsayılarının bulunması. Burada yapısal denklemlerin içsel değişkenleri, sadece modelin dışsal değişkenlerinin bir fonksiyonu haline dönüştürülür.

2. Aşama: indirgenmiş kalıp katsayıları π 'lerin tahmin edilmesi. Bunun için daraltılmış biçim denklemlerine tek tek EKK yöntemi uygulanarak, daraltılmış biçim parametreleri olan π 'ler tahmin edilir.

3. Aşama: İndirgenmiş kalıp katsayılarından hareketle dolaylı olarak yapısal kalıp katsayılarının bulunması.

2.5.3. Araç Değişkenler Yöntemi

Bu yöntem aşırı belirlenme durumunda kullanılan, tek denklem yöntemlerinden biridir. Her defasında eşanlı denklem sisteminde yer alan bir denkleme uygulanır. Araç değişkenler yöntemi, uygun dışsal değişkenleri (araç olarak) kullanıp, u hata terimi ile açıklayıcı değişkenler arasındaki bağımlılığı azaltır. Bu yöntemle yapılan tahminler küçük örnekler için sapmalı olurken, büyük örneklerde tutarlı, fakat asimtotik etkin değildirler. Bu yöntem ile yapılan tahminlerde belirlilik katsayısı en küçük kareler yöntemi ile yapılan tahminlere göre daha küçük çıkar.

Araç değişkenler yönteminde ilk önce yapısal denklemin sağ tarafında bulunan içsel değişkenlerin yerine geçmek üzere uygun araç değişkenler seçilir. Bu değişkenlerin içsel değişken ile sıkı bağlantısı olmalıdır. Ayrıca yapısal denklemin rassal u hata terimleriyle arasında çoklu bağlantı sorunu olmamalıdır. Genel olarak belli bir denklemin açıklayıcı değişkenler kümesindeki içsel değişkenlerin sayısı kadar araç değişken seçilir.

Araç değişkenler seçildikten sonra incelenecek yapısal kalıp denklemi her bir araç değişken ile çarpılarak, tahmin edilecek parametre sayısı kadar denklem oluşturulur. Regresyonun hata terimleri ile ilgili temel varsayımlarına uygun olduğu kabul edilen, bu denklemlerin çözümünden yapısal kalıp parametreleri tahmin edilir.

Araç değişkenler yöntemi ekonometrik araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir yöntem olmadığından, bu yöntemle ilgili örnek verilmemiştir.

2.5.4. Üç Aşamalı En Küçük Kareler Yöntemi

Aşırı belirlenme durumunda kullanılan bir eşanlı sistem yöntemidir. Bu yöntem kısaca 3AEKKY olarak ifade edilir ve en küçük kareler yönteminin üç aşamalı olarak uygulamasından oluşur ve eşanlı sistemde yer alan denklemlerin parametreleri birlikte tahmin edilir. Bu yöntemin uygulanabilmesi için aşırı belirlenme yanında, eşanlı sistemde yer alan tüm değişkenlerin ve yapısal kalıp denklemlerinin bilinmesi gerekir.

Sistemde yer alan yapısal denklemlerin hata terimleri arasındaki ilişkiye göre uygulanacak en küçük kareler tahmin yöntemleri de farklı olur. Denklemlerin hata terimleri arasında ilişki yoksa iki aşamalı en küçük kareler

yöntemi, hata terimlerinin birbiriyle ilişkili olması durumunda ise üç aşamalı en küçük kareler yöntemi uygulanır.

Üç aşamalı en küçük kareler yönteminin uygulanmasında ilk iki aşama en küçük kareler yöntemi ile aynıdır. Eşanlı modelde yer alan denklemlerin indirgenmiş kalıp denklemleri oluşturularak en küçük kareler yöntemi ile indirgenmiş kalıp denklemleri ve içsel değişkenlerin tahmin değerleri bulunur. Bunlar yapısal denklemde yerine konularak elde edilen denklemin parametreleri en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilir. üçüncü aşamada ise elde edilen denkleme genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi uygulanarak, üç aşamalı en küçük kareler tahmincileri elde edilir. Bu yöntem karmaşık bir yöntem gibi görünmesine rağmen, ekonometrik paket programlar yardımı ile tahmin yapılması oldukça kolaylaşmıştır.

Bu yöntem ile yapılan tahminler küçük örnekler için sapmalı olurken, büyük örnekler için tutarlı ve sapmasızdır. Ancak daha çok bilgiden yararlanıldığından tahminciler iki aşamalı en küçük kareler tahmincilerinden daha etkindir. Şimdilik burada, 3AEKKY yöntemi ile ilgili genel bilgiler verilmiş, uygulama ile ilgili ayrıntılar daha sonraki çalışmalara bırakılmıştır.

3. Sonuç

Uygulamalı ekonometride, iktisadi olgu ve olayların incelenmesi için birçok modelleme yöntemi olmasına rağmen, genel olarak iktisadi olayların analiz edilmesinde değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için en uygun modelin seçilmesi gerekir. Özellikle makroekonomik teori ve olayların incelenmesinde, zaman serileri kullanılarak oluşturulan eşanlı modeller ile geleceğin tahmin edilmesi daha isabetli olacaktır (Haris & Sollis, 2003:10). İktisadi olayların özelliğine göre modelde yer alan içsel ve dışsal değişkenler farklı olurlar. Aynı değişken bazı modellerde içsel, bazı modellerde ise dışsal değişken olarak yer alabilir. Genellikle içsel, dışsal değişken ayrımı iktisadi teoriye uygun olarak yapılır. Hangi değişkenlerin dışsal, hangilerinin içsel değişken olduğu bazı modellerde çok belirgin iken, bazı olaylarda karmaşık bir yapıya sahiptir, netice olarak karar vermek oldukça güçtür. Ancak modelin başarısı açısından da gereklidir.

Bu çalışmada eşanlı denklem modellerine uygun bir örnek olarak, teorik bir yaklaşım çerçevesinde Keynesyen tüketim modeli incelenmiştir. Keynesyen Tüketim Modeli'nin analiz edilmesinde en uygun modelin eşanlı denklem modelleri olduğu görülmektedir. Eşanlı denklem modellerinin teorik yapısının

anlaşılması ve bu yapıya uygun modellerin oluşturulması, analiz açısından araştırmacılara kolaylık sağlayacağı, makroekonomik çalışmalarda gerçeğin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Bocutoğlu, E., (2011). *Makro İktisat Teoriler ve Politikalar*; Murathan Yayınevi. 8.baskı, Trabzon, ss.,6-117
- Dikmen, N., (2018). *Ekonometriye Giriş Temel Kavramlar ve Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık San. ve Tic.AŞ.4.baskı, Ankara, ss..206-207
- Gujarati, Damodar N. (2016). *Örneklerle Ekonometri* (Bolatoğlu, N. Çev). BB101 Yayınları, 1.Baskı, Ankara, .s-207-208
- Haris R., Sollis R., (2003), *Applied Time Series Modelling And Forecasting*, Jhon Wiley: Chichester, p.10
- Parasız, İ. (2013). *Makro Ekonomi Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitapevi.10. Baskı, Bursa, s.57-60
- Yalta, A.T., Yalta, A., (2019). *Modern Makroekonomiye Giriş*, Adres yayınları, 1.Baskı, Ankara, s.254
- Ünay, C., (1996), *Makroekonomi*, Ekin Kitabevi. 6.Baskı, Bursa, s.44
- Wahid, A.N.M., (2000), Stagflation and Stability of the Keynesian Consumption Function: *An Ampirical Analysis*, *Applied Economic Letters*, 7, 357-359.

BÖLÜM VIII

KOBİLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA VE STRATEJİK ÖNERİLER

Sustainable Marketing in SMEs and Strategic Recommendations

Mehmet KARA¹ & Mesut KARAMAN²

*¹(Dr. Öğretim Üyesi), Yozgat Bozok Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
E-mail: mehmet.kara@bozok.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-7189-4262*

*²(Doktora Öğrencisi), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı,
E-mail: mesut_karaman66@hotmail.com,
ORCID: 0000-0002-7584-0800*

1. Giriş

Dünyada küreselleşmenin hızlı bir şekilde yaygınlaşması, sınırların ortadan kalkması ve dünyanın tek pazar haline gelmiş olması işletmelerin pazar ortamında rakiplerinin sayısını arttırmıştır. Dolayısıyla rekabet, yerel ölçekten çıkıp uluslararası düzeye ulaşmıştır. Rekabet ortamında bir işletmenin ayakta kalabilmesi, üretim yöntemlerini, ürün ve hizmetlerini, yenilemeleri ya da sürekli değiştirmeleri ile mümkündür. Bu doğrultuda sınırlı kaynaklara sahip, teknik ve ekonomik açıdan oldukça hızlı değişen hareketli çevre yapısında faaliyetlerini yürüten ve pazar payları da çok geniş olmayan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler” (KOBİ) daha fazla etkilenmiş olmaktadır (Şahbaz & Tanyeri, 2018: 234).

KOBİ’ler ulusal ve uluslararası ekonomik gelişmeler düşünüldüğünde gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için oldukça önemlidir. Yaşanan teknolojik gelişmeler, dünyadaki ekonomik değişikliklerin hızlı bir şekilde

artması ve rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı günümüz koşullarında, üretimin büyük çoğunluğunu sağlamaları ve istihdam oluşturmalarının yanında değişime hızlıca uyum gösteren yapılarıyla ülke ekonomisinde önemli bir yeri vardır. KOBİ'ler yalnızca ulusal pazarlar için değil aynı zamanda uluslararası pazarlarda da rekabet üstünlüğünü sağlayabilmek için üretim yapmaktadırlar (Kılıçlı & Aygün, 2018: 136-137).

Yapılan araştırmalarda, KOBİ'ler dünya çapındaki işletmelerin %90'ını oluşturduğu ve küresel kirliliğin ise %70'ine neden olduğu bildirilmektedir. Buna karşın kirliliğin %30'unu oluşturan işletmeler daha nitelikli sürdürülebilir faaliyetler gerçekleştirirken, KOBİ'ler maruz kaldığı birtakım engeller nedeniyle sürdürülebilirlik konusunda zorluklar ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Bakos, Siu, Orengo & Kasiri, 2020: 1285). Bununla birlikte KOBİ'lerin evren olarak ele alındığı çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olması bu alandaki araştırma eksikliğini göstermektedir (Cantele & Zardini, 2018: 166; Kumbalı, İncekara & Sarıkaya, 2022: 791-792).

KOBİ'lerde sürdürülebilirlik işletmeler açısından etik organizasyonlar oluşturma, iyi yönetim uygulamalarını benimseme, fon tahsisinde finansal sorumluluk alma, işletmelerin sosyal sorumluluklarını artırma, finansal riskleri dağıtma ile çevrenin korunmasını kapsayan bütüncül bir yönetim yaklaşımıdır. İşletmelerin nihai, hedeflerine ulaşabilmeleri için sürdürülebilirliği ekonominin merkezine koymaları, yönetim sistemlerini dürüstlük, etik, adalet ve şeffaflık üzerine kurmaları gerekmektedir (Blaga, 2013: 19-20). Sürdürülebilirlik KOBİ'ler için önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bunu koruyabilmek için KOBİ'lerin pazarlama faaliyetleri ve ürünleri ile ilgili süreçlerde yenilikler gerçekleştirerek uygulamaya koyabilmektedirler (Kılıç & Keklik, 2012: 112). KOBİ'ler müşteriyle birebir ilişki içerisinde olması ve isteklerine daha hızlı cevap verebilmeleri nedeniyle müşteri tercihlerinde meydana gelen değişiklikleri daha kısa sürede tespit etmekte ve büyük bir avantaja sahip olabilmektedirler. Bu avantaj KOBİ'leri yeniliğe daha yatkın hale getirmektedir (Torun & Yılmaz, 2021: 82). Bu çalışmada KOBİ kavramına, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir pazarlama ve boyutlarına, KOBİ'lerin sürdürülebilir pazarlama ile alakalı stratejik önerilere yer verilerek tamamlanmıştır.

2. Kobi

250 kişiden az çalışan istihdam eden, yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 250 milyon lirayı aşmayan işletmeler KOBİ olarak

tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 2023). Birçok ülke ekonomisinde olduğu gibi KOBİ'lerin Türkiye ekonomisinde de önemi ve yeri büyüktür. 2021 yılı istatistik bilgilerine göre Türkiye'de KOBİ sayısı 3.427.891'dir (KOSGEB, 2022). KOBİ'lerin 2020 yılında %72'sinin istihdamı, %42,75'i ise üretimi gerçekleştirmektedir. Katma değerinde yine KOBİ'ler %41'ini karşılamaktadır (Sarı, 2022: 230).

KOBİ'ler; mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır. Mikro işletme; çalışan sayısı 10 kişiden az olan (1-9 kişi) mali bilançosu ya da yıllık net satış hasılatından herhangi biri 5 milyon TL'yi geçmeyen işletmelerdir. Küçük işletme; çalışan sayısı 50 kişiden az olan (10-49 kişi) mali bilançosu ya da yıllık net satış hasılatından herhangi biri 50 milyon TL'yi geçmeyen işletmelerdir. Orta büyüklükteki işletme; çalışan sayısı 250 kişiden az olan (50-249 kişi) mali bilançosu ya da yıllık net satış hasılatından herhangi biri 250 milyon TL'yi geçmeyen işletmelerdir (Resmi Gazete, 2023).

KOBİ'lerin özellikleri; ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmesi, daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliğinin sağlanması ve ucuz ve hızlı üretim yapabilmeleri, bölgesel istihdamda önemli rol oynamaları, birçok çalışanın teknik eğitim aldıkları ilk kuruluşlardan olmalarıdır. Çalışan-ışveren ilişkileri daha yakın ve olumlu bir ortamda gelişmektedir. Özel teknik ve beceri isteyen ürünleri üretip alandaki ihtiyaçları giderirler. Büyük ölçekli işletmelerin ürettikleri ürün ve hizmetleri üreterek onları rekabet ortamına çekerler, ekonomiye canlılık kazandırır. Büyük ölçekli işletmelerin kullanmış oldukları girdileri, hammaddeleri ve farklı ara mamulleri üreterek onların gelişimini tamamlayıp yan sanayi oluşturabilirler (Kavasoglu, 2023: 60-61).

KOBİ'ler bölge ve ülke ekonomilerinin kalkınması için önemli rol üstlenmektedirler. Yeniliğe öncülük etmeleri, istihdam yaratmaları ve ekonomik büyümeyi tetiklemek açısından bölge ve ülke ekonomisinin dinamosu konumundadırlar (Şahin, 2021: 467). KOBİ'ler gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin ekonomileri için krizlere karşı dayanabilme yetenekleri, esnek üretim yapabilmeleri, büyük işletmeler için destek birimi gibi çalışabilmeleri, değişime kolay uyum sağlayabilmeleri, müşteriye olan yakınlıkları ve rekabet güçlerinin yüksek olması gibi faydalara sahiptirler (Gök, 2022: 3372).

KOBİ'lerin büyük işletmelere göre bazı avantajları bulunmaktadır. Büyük ölçekli işletmelerde üretim gücünün büyük bir kısmı sermaye yoğunudur. KOBİ'lerde ise üretim gücünün büyük bir kısmı emek yoğunudur. Dolayısıyla

bu durum KOBİ'lerin değişim karşısında daha esnek olabilmeleriyle birlikte bu değişime büyük ölçekli işletmelere kıyasla daha kısa sürede yanıt verebilmelerini sağlamaktadır (Darıcı, 2010: 156). KOBİ'lerde, ihracat için düşük risk ve kaynak gerektirmesi nedeniyle işletmenin finansal büyümesine katkı sağlamakta ve imalat kaynaklarının kullanımını yükselterek rekabet avantajı kazandırmaktadır (Sen & Haq, 2010: 136).

KOBİ'lerin sahip oldukları avantajların yanında bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Dağınık olması ve küçük ölçekli yapılarından dolayı yüksek verimle çalışmamaktadırlar, standart düzeyde üretim sağlayamadıkları için ihracat potansiyelleri düşüktür, kurumsallaşamadıkları için kaynak temininde zorlanmaktadırlar. Ayrıca sektörel ve teknik ve bilgilerinin yetersizliği ve tüm bu sebeplerle birlikte rakiplerine karşı rekabet güçlerinin de zayıf olması KOBİ'lerin önemli dezavantajlarıdır. KOBİ'lerin ekonomi üzerindeki katkıları; girişimciliği teşvik etme, istihdam oluşturma, ekonomik ve sosyal refahı arttırma ve bölgelerarası gelişmişlik farkını azaltmadır. KOBİ'ler daha az yatırımla daha çok ürün ve üretim çeşitliliği sağlamaktadırlar (Kutlu & Demirci, 2007: 189).

KOBİ'ler basit ve yüksek düzeyde merkezi otoriteye dayalı örgütsel yapıdadır. KOBİ idarecilerinin etkili kararları verebilmesi için karar alma sürecinde ilk olarak işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini aynı zamanda işletme çevresindeki fırsat ve tehditlerin bilmesi ve buna göre hareket tarzlarını düzenlemeleri gerekmektedir (Epik & Gökşen, 2020: 12; Özşahin, Coşkun & Çallı, 2020: 515).

Ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimleri için KOBİ'lerin dünya genelindeki rolü anlaşılmış ve ekonomi içerisindeki payı artmıştır. KOBİ'ler ekonomik kriz ve konjektürel dalgalanmalardan büyük şirketlere nazaran daha az oranda etkilenmektedirler. Bu durumda KOBİ'ler ekonomik kriz yaşanan ülkenin zor dönemlerinde kendisini yeniden ayağa kaldırmasında önemli bir unsur olmaktadır. Bu sebeple KOBİ'lerin sorunlarının tespit edilmesi ve çözüm alternatiflerinin ortaya konulması ülke için geleceğe yönelik ve ekonomik krizlere karşı bir yatırım olmaktadır (JUmsudlu & Yakar, 2020: 38).

KOBİ'lerin uluslararası düzeyde olmasını engelleyen dışsal ve işletmeyle ilgili faktörler bulunmaktadır. Dışsal faktörler; sermaye yetersizliği, kültürel farklılıklar, ülkelerin uyguladığı gümrük tarifeleri, kamudan yeterince destek sağlanamaması, diğer ülkelerdeki kanun ve düzenlemeler, bilgi eksikliği ve nakliye maliyetleridir. İşletmeyle ilgili faktörler; dil, ürün ve hizmetlerinin fiyatı, ürün özellikleri, uluslararasılaşmanın yüksek maliyeti ve ürünün kalitesi ve kalifiye personel eksikliğidir (Güngör, 2023: 19-20).

3. KOBİ'lerde Pazarlama

KOBİ'ler büyük işletmelere kıyasla bürokrasinin daha az olması, çalışanlar arasında iletişimin yüksek olması ve pazara yakın olmasıyla kazanılan uyum ve esneklik gibi özellikleri ile farklı pazarlama davranışları sergilemektedirler. Büyük işletmelerde genel müdür, finans, planlama, pazarlama vb. alanlarda her biri alanında uzman ve kendisine bağlı alt idarecilere sahipken KOBİ'lerde pazarlama ve yönetim ile ilgili becerilere sahip olmaktan çok çoğunlukla geneli bilme eğiliminde olan girişimcinin ya da küçük işletme sahibinin pazarlama bilgisine dayalıdır. KOBİ'lerin rakiplerine karşı varlıklarını sürdürmeleri ve işletme olarak büyümeleri için en çok önem verdikleri konuların başında pazarlama olduğu görülmektedir. KOBİ'ler pazarlamaya yönelik stratejik kararlar geliştirirken; rakipleri ve müşterileri hakkındaki bilgileri doğru ve kapsamlı bir şekilde sağlamalı ve kullanmalıdırlar (Kayışkan & Özgül, 2021: 25).

Rekabetin yoğun olarak yaşandığı uluslararası ekonomide KOBİ'ler yalnızca ulusal pazarlar için değil uluslararası pazarlarda da rekabet üstünlüğünü elde edebilmek için üretim yapmaktadırlar. Bunun sonucunda KOBİ'ler başarıyı sağlayabilmek için dünyada yaşanan gelişmeleri takip etmeli ve dünya ekonomisi ile sürekli uyum içinde olmalıdır. Toplumsal kalkınma ve ülke ekonomisinin canlanması için KOBİ'lerin dünya ekonomisi içerisinde yerini alması oldukça önem arz etmektedir (Kılıçlı & Aygün, 2018: 137).

KOBİ'lerin pazarlama faaliyetlerinde;

- Pazarlamanın genellikle iş sahibi üzerinden yürütülmesi,
- Pazarlamada uzman personel istihdam eksikliği,
- Pazarlama yöntem ve uygulamalarının kullanılmaması ya da çok sınırlı düzeyde kullanılması, bugünün hakkında bilgi eksikliğinin olması ve işletme geleceği hakkında öngörü eksikliği,
- Pazar araştırması eksikliğinden dolayı pazar geçmişi,
- Aracı kullanılmadan doğrudan müşteri tercih edilmesi,
- Pazarlama çabalarının bölgesel ya da yerel boyut çerçevesine sıkışması,
- Esnek yapıları nedeniyle müşteri özel isteklerini karşılamaya yönelme,
- Ana sanayiye girdi sağladıkları için pazara bağımlılıklarının yüksek olması gibi durumlarla karşılaştıkları görülmektedir.

KOBİ'lerde belirtilen bu unsurların var olması pazarlama konusunda yetersiz kaldıklarını göstermektedir (Akın, 2019: 2748-2749). KOBİ'lerde genel pazarlama sorunları (Şahin & Özdoğru, 2019: 324-325):

1. Satış ve pazarlama birbirinden farklı kavramlardır. Oysaki pazarlama bir bilimdir. Pazarlama sorunlarının en başında bu bilgi eksikliğinin olduğu görülmektedir.

2. Pazarlama konusunda KOBİ'lerde yaşanan bir diğer sorunda nitelikli elaman istihdam etmemeleridir. Pazarlama görevini işletme sahipleri üstlenmektedir.

3. KOBİ'ler ilköğretim sonrası meslek sahibi edindikleri ve yetiştirildikleri yerlerdir. Bu sebeple ağırlıklı olarak KOBİ'lerde eğitim seviyesi oldukça düşük değerlerdedir.

4. KOBİ'lerin büyük çoğunluğunun yurt dışına açılma isteği vardır. Bu noktada da dil sorunu ortaya çıkmaktadır.

5. Reklam harcamalarına yapılan ödeneği gereksiz olarak görmektedir. Reklam etkin bir şekilde kullanılmamaktadır.

6. KOBİ'lerin en büyük hatalarından biri de ürünü direk satışa sunmaktadır. Tüketicinin isteğini göz önünde bulundurmamaktadır.

7. KOBİ'lerde dış ticaret konusunda nitelikli eleman sıkıntısı mevcuttur.

8. KOBİ'lerin ürünlerini yurt dışı satışlarında uluslararası pazarlara girerken istenilen belge miktarı yüksek tutulmakta oysaki yurtdışından gelen ürünlere yönelik istenilen belge miktarı daha az sayıdadır.

4. Sürdürülebilirlik

Günümüzde şirketlerin sosyal ve çevresel etkileri konusunda daha şeffaf olmaları ve bu konuya yönelik hesap verebilirliklerinin kanıtı olarak sürdürülebilirlik raporları yayınlamaları, giderek daha fazla beklenmektedir. Sürdürülebilirlik, yirmi birinci yüzyılda iş yapan şirketler için geçici bir eğilim olmaktan ziyade bir zorunluluk olarak kendisini göstermektedir (Altınbaşak-Farina & Burnaz, 2019: 24). Sürdürülebilirlik, işletmeler için önemli hale gelen bir konudur; ancak işletmelerin sürdürülebilirliğe en iyi şekilde nasıl yanıt vermesi gerektiği belirsizliğini korumaktadır (Morales, True & Tudor, 2020: 394).

'Sürdürülebilirlik' terimi, 1987'deki Brundtland Komisyonu raporuyla ilişkilendirilen ve bazen sürdürülebilir kalkınma ile birbirinin yerine kullanılan yaygın bir kavramdır. Buna göre, Hector, Christensen ve Petrie (2014: 8) sürdürülebilirliği "insanoğlunun ve doğanın ihtiyaçlarının her ikisinin de bir tür dinamik denge içinde karşılandığı bir son durum" olarak tanımlamaktadır (Amoah, 2021: 27). Sürdürülebilirlik, "gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye

atmadan, temel ihtiyaçları ve yaşam kalitesini karşılayan mal ve hizmetlerin tüketimi”dir (Gordon, Carrigan & Hastings, 2011: 144).

Kilbourne, McDonagh ve Prothero (1997: 20) sürdürülebilirliği etkili bir şekilde keşfetmek için araştırmacıların makro toplumsal bir bakış açısıyla soruları sorması gerektiğini savunmuştur. Bununla birlikte bazı pazarlama araştırmacıları çevresel bir çerçeve kullanırken diğerleri bütüncül bir çerçeve kullanmaktadır. Bu da pazarlamada sürdürülebilirliğin net bir tanımının olmadığını göstermektedir. Önceleri, pazarlama araştırmacıları sürdürülebilirliği çevresel iddialar, aktivizm, davranış, yeşil pazarlama ve eko-performans veya «çevresel kaygı» olarak tanımlamışlardır. Daha sonra araştırmacılar, sürdürülebilirliği daha bütünsel bir çerçeveye oturtmuşlardır (Lunde, 2018: 88).

Sürdürülebilirlik, ekonomik karlılık, çevreye saygı ve sosyal sorumluluktan oluşan üçlü kar-zarar çizgisi olarak değerlendirilmektedir. Üçlü kar-zarar çizgisi kavramı, 3S (ekonomik canlılık, çevresel kalite ve fırsat eşitliği), 3P (insanlar, gezegen ve kar) ve çevresel bütünlük, ekonomik refah ve sosyal adalet gibi daha geleneksel üçlü kar-zarar çizgisi görüşü gibi farklı çerçevelere genişletilmiştir (Altınbaşak-Farina & Burnaz, 2019: 24). Bu kavram, şirketlerin sorumluluğunun ve performanslarının sonuçlarına doğru genişletilmektedir, çünkü şirketlerin yalnızca iyi bir ekonomik performansa sahip olmaları değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel etkilerini de dikkate almaları gerekmektedir (Morales vd., 2020: 394).

İşletmelerin her geçen gün yeni çevre politikaları ve düzenlemeleri ile sorumlulukları artmaktadır. Son on yıllık periyotta işletmelere karşı güven önemli ölçüde azalmış ve kötü niyetli iş davranışları ortaya çıkmıştır (Morales vd., 2020: 395). Bunun sonucunda da aşırı tüketime yol açan sürdürülemez uygulamaların artması pazarlamacılara yönelik eleştirileri ortaya çıkarmıştır. Aslında, dünyanın karşı karşıya olduğu çevresel bozulmanın ana nedenlerinden biri, özellikle de sürdürülemez tüketim kalıplarının, pazarlamaya atfedilmesidir. Bu da “Pazarlama ve sürdürülebilirlik bir arada olabilir mi?” sorusunu akla getirmektedir. Bu sorunun cevabı ise sürdürülebilirliğin işletmeler tarafından göz ardı edilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Ancak işletmeler için asıl zorluk sürdürülebilirliği benimsemenin en iyi yolunu bulmaktır, çünkü sürdürülebilirliği yanlış bir yaklaşımla benimsemek işletmelerin çöküşüne yol açabilmektedir (Gordon vd., 2011: 144).

Farklı kitleler ve paydaşlar, dünyanın yaşadığı sürdürülebilirlik zorlukları hakkında daha bilgilidir. Bu kitlelerden bazıları daha karardır ve diğerlerine nazaran şirketlerden daha fazla sorumluluk talep etmektedirler.

Sürdürülebilirlik hakkında bir diğer bilgili olan kesim ise tüketicilerdir. Yapılan bir çalışmada, dünya çapında 9000 tüketicinin yeşil ve etik davranışlarının satın alma davranışlarını etkilediğini bildirmiştir. Tersine, bu tür çalışmalar sürdürülebilirliği satın alma davranışının en güçlü itici güçlerinden biri olarak göstermekten ziyade, tüketicilerin sürdürülebilirlik hakkında sahip oldukları bilgiyi göstermektedir (Gordon vd., 2011: 145; Morales vd., 2020: 395).

İşletmeler, pazarlama stratejisi geliştirmek için sürdürülebilirliği göz önünde bulundurmaya başlamıştır; bu da şirketin stratejik pazarlama uygulamalarında ve pazarlama karmasında sürdürülebilirliği benimsemesi gerektiği anlamına gelmektedir. Ancak, diğer yandan, formüle etmek ve uygulamak kolay değildir, çünkü şirketin pazarlama stratejisinin tasarlandığı kişi ihtiyaç ve isteklerine göre müşteridir. Ayrıca sürdürülebilirliği pazarlama stratejisine entegre etmek de bir başka benzersiz görev ve hedeftir. Sürdürülebilirlik pazarlamasının farklı olduğu düşünülmektedir çünkü müşteri talebinin karşılanması gerekmektedir ancak bunun için müşterinin dilinde iletişim kurulması gerekmemektedir. Öte yandan, sürdürülebilirlik pazarlama stratejisi sadece müşteriye katma değer sağlamakla kalmaz, aynı zamanda müşterilerle sadece işletme için değil, toplum ve ekoloji için de faydalı olan uzun vadeli ilişkiler kurmaktadır. Peattie ve Belz (2010) bu yöndeki araştırmalarının ardından 4C kavramını ortaya atmış ve geleneksel 4P'yi (Ürün, Fiyat, Yer ve Tutundurma) 4C'ye, yani Müşteri çözümü, Müşteri maliyeti, Kolaylık ve İletişim'e dönüştürmeye çalışmıştır. Bunlar McCarthy tarafından ortaya konan pazarlamanın 4P'si ile çok yakından ilişkilidir. Sürdürülebilirlik kriterlerini pazarlama stratejisine dâhil etmek için 4P'ler 4C'lere dönüştürülmüştür (akt; Kumar, Rahman, Kazmi & Goyal, 2012: 486).

Sürekli tüketim, pazarlama, üretim, atma ve kirlenme nedeniyle çevreye büyük zarar verildiği açıktır ve bu da ekolojik bozulmaya katkı sağlayan başlıca unsurlar olan nüfus artışı ve yüksek tüketimli yaşam tarzları göz ardı edilerek sürdürülebilir bir geleceğe ulaşılamayacağını ortaya koymaktadır. Buna karşın pazarlama, küresel toplumun merkezinde yer almaktadır. Pazarlama dünya çapında ekonomik kalkınmanın teşvik edilmesinde önemli bir işlev görmektedir ve birçok ülkede yaşam standartlarını yükseltmektedir (Gordon vd., 2011: 144).

Yaşam standartlarını yükseltmek için bir ülkede kalkınmanın olması gerekmektedir. Pazarlamanın da kalkınma sürecindeki rolü iyi bilinmektedir. Üretim-tüketim faaliyetlerinin çoğu, insan ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için tüketim fırsatları sunan ve teşvik eden pazarlama süreci tarafından tetiklenmektedir. Bununla birlikte, pazarlamanın kalkınmadaki kritik rolünün,

ancak planlı sürdürülebilir pazarlama yoluyla, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama becerilerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşıladığında takdir edileceğine işaret edilmiştir (Sheth & Parvatiyar, 2021: 155).

5. Sürdürülebilir Pazarlama

Pazarlama, “müşteriler, ortaklar ve genel olarak toplum için değeri olan teklifler yaratmaya, iletmeye, sunmaya ve değiş tokuş” olarak ifade edilmektedir (Heath & McKechnie, 2019: 105). Pazarlama, küresel toplumun merkezinde yer alır ve sorumlu bir şekilde kullanıldığında bizi geri dönüşüme, yeniden kullanıma, satın almaya, sağlıklı beslenmeye, enerji tasarrufuna ve iyi amaçları desteklemeye teşvik edebilir (Gordon vd., 2011: 145). Dolayısıyla bu durumda pazarlamada sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmaktadır. Pazarlama, işletmenin baskın işlevi olarak kabul edilirken sürdürülebilirlik pazarlaması, geleneksel pazarlamanın ekonomik perspektiflerini sosyal eşitlik, ekolojik koruma, çevre dostu/yeşil uygulamalar, etik sorumluluklar ve nesiller arası denge/uzun vadeli kaygılar gibi daha yeni çevresel ve sosyal yön kavramlarıyla birleştiren pazarlama alanındaki bir evrimi temsil etmektedir (Trang, Hanh Le, Tan & Cheng, 2023: 63).

Sürdürülebilir pazarlama tarihsel olarak ilk dönemi, 1970’lerde kaynakların tükenmesi ve çevre kirliliği gibi belirli çevresel sorunlara ve pazarlamacıların bu felaketten kaçınmak için sorumluluk üstlenme istek ve yeteneklerine odaklanan ekolojik pazarlamadır. İkinci dönem 1980’lerde yeşil tüketim uygulamalarını hedeflemeye ve çevre korumayı teşvik etmeye odaklanan yeşil pazarlamadır. Bu yaklaşım, iyi bir sosyal çevrenin genel olarak işletmeleri geliştirmek ve rekabet avantajlarını artırmak için temel oluşturacağını varsaymaktadır. Yeşil pazarlama, pazar baskıları nedeniyle sosyal pazarlama ve ekolojik pazarlamanın yerini almıştır. Üçüncü dönem ise sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir bir ekonomi oluşturmaya odaklanan “sürdürülebilir pazarlama” dönemidir (Trang vd., 2023: 64-65).

Ekolojik zorunluluk karşısında pazarlama disiplini ve pratiğindeki değişiklikleri yansıtmak için, sürdürülebilir pazarlamanın ne anlama geldiğine dair çeşitli kavramlar üretilmiştir, sürdürülebilir pazarlama “ürünlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımının aşağıdaki üç kriteri karşılayacak şekilde planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi sürecidir. Bunlar; (1) Müşteri ihtiyaçlarının karşılanması, (2) Kurumsal hedeflere ulaşılması ve (3) Sürecin ekosistemle uyumlu olmasıdır. Martin ve Schouten

(2014: 18) sürdürülebilir pazarlamayı; doğal ve beşerî sermayeyi koruyacak veya baştan sona geliştirilecek şekilde müşterilere değer yaratma, iletme ve sunma süreci”dir şeklinde tanımlamıştır (akt; Heath & McKechnie, 2019: 17).

Sürdürülebilir pazarlamanın amacı yalnızca ürüne yönelik çevreci stratejiler geliştirmek değil yönetim ve pazarlama basamaklarının tümünde sürdürülebilir çerçevesinde uygun hareket ederek bunu bir yaşam tarzı olarak müşterilere sunumunu sağlamaktır. Sürdürülebilir pazarlamada, geliştirilen stratejiler için başarının sağlanması noktasında tüketicilerin çevre sorunlarına karşı daha duyarlı hale getirilmesi ve çevre bilincinin yükseltilmesi, çevreci üretim ve lojistik, etiketleme ve ambalajlama faaliyetlerine de daha çok önem gösterilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. Aynı zamanda müşteri ihtiyaçlarının doğru bir şekilde yönlendirilmesi ve yenilebilir enerji kaynaklara yönlendirilmesinin de altı çizilmektedir (Küçükyörük, 2022: 25-26).

Sürdürülebilir pazarlama süreç olarak; tüketicilere ihtiyaçlarını karşılayan ürünlerle ulaşmak, sosyal ve eko-sistemlerle uyumlu olurken kurumsal hedeflere ulaşmak için fiyatlandırma, tutundurma ve dağıtım stratejilerini planlama, uygulama, kontrol etme ve geliştirmedir. Bu şekilde, bir işletmenin değişen çevreye uyum sağlamasına olanak tanımaktadır. Sürdürülebilirlik pazarlaması, ilişki pazarlamasına uzun vadeli bir yönelim sağlar ve onu kâr odaklı pazarlamanın kısa vadeli hedeflerinden ayırmaktadır. Kâr odaklı pazarlamayı sürdürülebilir pazarlamaya dönüştürmek için sosyal ve çevresel kaygıların tüm pazarlama konularıyla bütünleştirilmelidir. Bu geçiş, pazar segmentasyonu ve tüketici hedeflemesi için yeni bir temel oluşturmaktadır. Sürdürülebilir pazarlama dört kilit alanda yeni ve yenilikçi fikirler gerektirmektedir: 1) sosyal ve çevresel konular; 2) tüketici davranışının bütünsel analizi; 3) pazarlama karmasının yeniden tasarlanması ve 4) iş ilişkileri kurmak için potansiyel müşteri pazarlama faaliyetlerinin kullanılmasıdır. Özetle, sürdürülebilir pazarlama etik, çevre dostu ve sosyal pazarlama ile birlikte kâr odaklı pazarlamayı içermektedir. Sürdürülebilir pazarlama hem işletmelerin hem de tüketicilerin sahip olduğu ortak değerlerin farkına vararak ve onları hem sağlıklı bir çevreyi hem de gelişen bir toplumu destekleyecek şekilde hareket etmeye teşvik ederek müşteri sadakati yaratmaya çalışmaktadır (Trang vd., 2023: 65).

Sürdürülebilir pazarlama, çevreyi koruma ve muhafaza etme sorumluluğu, sosyal sorumluluk ve küresel finansal kaynakların akıllıca yönetilmesi prizması aracılığıyla ortak bir dünya görüşü oluşturmak için bugüne kadar çıkarları örtüşmeyen pazar katılımcılarını, sosyal aktivistleri ve kuruluşları bir araya getirmeyi amaçlayan bir felsefe olarak görülmektedir. Sürdürülebilirliğin

uygulanması açısından Avrupa'nın en gelişmiş pazarlarında ve ABD'de yapılan araştırmalar, sorumlu müşterilerin pazarlamacılar tarafından eylem beklediğini göstermektedir. Etkileyiciler, iletişimciler ve kültürü şekillendirenler olarak pazarlama profesyonelleri, hem müşterileri hem de çevre için önemli bir fark yaratmalarını sağlayacak yeteneklere sahiptir. Uygulamada ürün ve/veya hizmetlere bakmakta, çevreyi nasıl etkilediklerini değerlendirmekte ve ardından olumsuz etkileri en aza indirmek için harekete geçmektedirler (Seretny & Seretny, 2012: 70).

Sürdürülebilirlik konusunun bu denli önem kazanmasıyla birlikte pazarlama, özellikle tüketicilere yakın duruşu ve odağını paydaşlarla ilişkileri yönetmeye ekonomik, çevresel ve sosyal başarıyı hedeflemeye doğru genişletme becerisiyle benzersiz bir konum sunabilir. Pazarlama ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiye odaklanıldığında, pazarlamanın en büyük katkısının tüketici davranışlarını anlama ve değiştirme ile tutum ve inançları etkilemedeki rolüne atfedilebilir. Tüketiciler, sürdürülebilir uygulamaları destekleyip benimseyerek ve satın alma kararlarında sürdürülebilir davranarak sürdürülebilirliğin yayılması ve gelişmesinde kilit bir rol oynayabilir. Küresel araştırma raporlarına göre (Nielsen, 2011: 22), tüketiciler çevreye daha duyarlı olma konusunda giderek daha fazla motive olmakta, kurumsal sosyal sorumluluk tutkusunu cinsiyetler ve nesiller arasında paylaşmakta, şirketlerden daha fazla talepte bulunmakta, alışveriş alışkanlıklarında dünyayı iyileştirme ihtiyaçlarına göre ayarlamalar yapmakta ve şirketlerin iyilik arayışlarında ortak olarak yer almasını istemektedir. Görmek istedikleri değişimi etkileme konusunda güçlüler ve buna bağlı olarak sürdürülebilirlik, şirketlerin değişim konusunda heyecan duyan tüketicilerle bağlantı kurması için kritik bir rekabet avantajı haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik en iyi pazarlama yoluyla sağlanabilir, çünkü sürdürülebilir üretim ve tüketim çabalarının kolaylaştırılması pazarlama biriminin sorumlulukları arasındadır (Lim, 2015: 233).

Öte yandan, pazarlamacılar genellikle tüm paydaşlarla doğrudan temas halindedir ve paydaşların işletme faaliyetlerindeki kilit rollerinin belirlenmesinde ön plandadır. Bu nedenle, pazarlamacılar genellikle iç pazarlama yoluyla örgütsel davranışı veya pazarlama karması stratejileri yoluyla tüketici davranışını anlamaya ve değiştirmeye odaklanabilir. Dolayısıyla asıl zorluk, sürdürülebilirliğe doğru ilerlemek için algıları, tutumları, inançları, gerçek davranışları ve iş perspektiflerini etkilemek gibi tüketici davranışlarını değiştirmede pazarlamanın rolünü anlamaktır (Altınbaşak-Farina & Burnaz, 2019: 25).

Yaşadığımız dünya çok daha küreselleşmekte ve yakınsamakta, dinamizm ve belirsizlik ise pazarlama ortamını şekillendirmektedir. Şirketler tehdit edici çevresel güçlerle başa çıkabilmek ve hatta tehditleri fırsata dönüştürebilmek için çeşitli kriterler kullanmak zorunda kalmaktadır. Pazarlamaya yönelik bütüncül yaklaşım temelinde, şirketler artık yalnızca finansal sonuçlardan değil, tatmin edici bir performans düzeyine ulaşmak için finansal olmayan ölçütlerden de sorumludur. Performans pazarlaması bileşeni, pazarlama faaliyetlerinin ve programlarının ekonomik getirilerinin yanı sıra etik, sosyal ve çevresel etkilerinin de dikkate alınmasını gerektirmektedir. Önemli olan sadece belirlenen pazar için değil, tüm toplum için değer üretmek ve bu değeri sürdürülebilir bir şekilde sunmanın yollarını bulmaktır. Sürdürülebilirlik pazarlamasında yeni bir dönemin başlaması ve dünyanın her yerindeki her tür kuruluşu etkilemektedir (Altınbaşak-Farina & Burnaz, 2019: 26).

5.1. Sürdürülebilir Pazarlamanın Boyutları

Lim (2016) tarafından yapılan son girişimlerde, sürdürülebilirlik pazarlamasının kapsamını sürdürülebilirliğin ekonomik, çevresel, sosyal, etik ve teknolojik yönlerinin olduğunu bildirilmiştir (Kemper & Ballantine, 2019: 282). Sürdürülebilirliğin çevresel sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlik ve ekonomik sürdürülebilirlik olmak üzere üç alt boyuta sahip olduğu belirtilmektedir (Purvis, Mao & Robinson, 2019: 682).

5.1.1. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak «çevresel olarak sorumlu kalkınma» terimini benimseyen Dünya Bankası araştırmacıları tarafından tasarlanmıştır. Daha sonrasında Serageldin ve Streeter (1993) fikirlerini, «çevresel sürdürülebilirlik» kavramına dönüşen «çevresel olarak sürdürülebilir kalkınma» kavramına doğru genişletmişlerdir. Çevresel sürdürülebilirlik, firma performansını artırmak için operasyon stratejisinin uygulanmasını kolaylaştıran bir kabiliyet olarak kavramsallaştırılmaktadır (Danso, Adomako, Lartey, Amankwah-Amoah & Owusu-Yirenskyi, 2020: 2). Çevresel sürdürülebilirlik, mevcut kaynak tüketiminin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını tehlikeye atmaması anlamına gelmektedir. Bu tanıma göre çevresel sürdürülebilirliğin iki yönü vardır. Bunlardan ilki iyileştirme ile ilgilidir, ikincisi ise ekonomik verimliliği hedeflemektedir (Vesal, Siahtiri & O’Cass, 2021: 2).

Sürdürülebilirliğin çevresel boyutu, firmaları kurumsal çevre yönetimi ve doğal kaynakların bakımı ile ilgili faaliyetlerde bulunmaya teşvik etmektedir. Çevresel kaygıların yaygınlığı ve kurumsal çevre sorumluluğuna odaklanma, günümüz koşullarında üzerinde hassasiyetle durulan konulardan olmuştur. Çevresel boyuta ilişkin önceki çalışmalar, öncelikle çevresel strateji entegrasyonunun öncüllerine ve bu tür girişimlerin performans sonuçlarına odaklanmaktadır. Politika girişimcilerinin varlığı, üst yönetimin desteği, düzenleme tehdidi ve düzenleyici güç, rekabet yoğunluğu ve iç politikanın etkileri, çevresel stratejilerin başarılı bir şekilde uygulanmasının merkezinde yer almaktadır (Kim, Taylor, Kim & Lee, 2015: 184).

Çevresel sürdürülebilirlik, ihtiyaçlarımızı karşılama arayışının çevrenin kalitesinden ödün vermemesini ve ekosistemin gelecek nesillerin iyiliği için sürdürülmesini garanti eden sürdürülebilirliğin temel ilkelerinden biridir. Çevresel açıdan sürdürülebilir uygulamaların benimsenmesi için piyasadan ve paydaşlardan gelen baskılar artmaktadır. Dolayısıyla, sürdürülebilir uygulamalar, müşteriler için daha fazla değer yaratmanın ve marka imajını iyileştirmenin bir aracı olarak hizmet edecek şekilde konumlandırılabilir (Feroz, Zo & Chiravuri, 2021: 3).

Çevresel sürdürülebilirlik, firmaların ahlaki boyutlarını güçlendirmelerini ve farklı paydaşlarla diyalog ve bunlar üzerindeki olumlu etkiler yoluyla hem yerel hem de küresel itibarlarını ve genelleştirilmiş tercih edilirlüklerini artırmalarını sağlamaktadır. Ayrıca bir firmanın algılanan ürün kalitesini iyileştirmesine ve marka imajını güçlendirmesine satışların ve gelirlerin artması gibi birçok olumlu yönde faydaları bulunmaktadır. Çevresel sürdürülebilirliğin benimsenmesi aynı zamanda daha iyi firma itibarı ve düzenleyiciler tarafından daha fazla meşruiyet ve tanınırlık sağlar, bu da sonuç olarak sermaye projelerinin kolay onaylanmasını, hisse ve gelirleri artırmak için pazarlara daha fazla erişilebilirliğin sağlamaktadır (Danso vd., 2020: 3-4).

Çevresel sürdürülebilirliğin ideal durumu, doğal kaynakların kendilerini yenileyebildiği ve üretimin yaşam döngüsünden ödün vermeden kullanılabilirdiği durumdur. Bu durum ölçek olarak ölçülemez ancak sürdürülebilirlikte bir artış ya da azalış olarak değerlendirilebilmektedir. Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için şirketlerin ve çevrenin performansı hesaba katılmalı ölçülebilmesinde ise, sürdürülebilirliğin ideal noktasından uzak bir hedefe doğru ilerleyerek sadece sürdürülebilir üretime değil, tüketime de ulaşılmasıyla mümkündür (Oláh vd., 2020: 11).

Çevresel sürdürülebilirliğin geçerlilik kazanabilmesi için aşağıda belirtilen beş şartın sağlanması gerekmektedir. Bunlar; a) Kaynak tüketiminin minimum düzeyde olması, b) Malzeme tüketiminin, tamamıyla tüketim sonrası geri dönüştürülmüş malzemelerden ya da yenilenebilir kaynaklardan elde edilmesi, c) Atıklarda %100 geri dönüşüm sağlanması, d) Enerji kaynaklarının korunması ve enerji kaynaklarının tamamıyla yenilenebilir ve çevreyi kirliletmeyen alternatiflere dayandırılması, e) Çevrenin geliştirilmesinde ve yapılandırılmasında, biyolojik canlılığa ve çeşitliliğe zarar vermeyecek yöntemler uygulanmasıdır (Akgül, 2010: 156).

Çevresel Sürdürülebilirlik uygulamaları oldukça önemlidir çünkü dünya nüfusu doğal kaynakları, yeniden oluşturulmasından 1,75 daha hızlı tüketmektedir. Bu sorunun bilincinde olan şirketler harekete geçmeye ve çözümün bir parçası olmaya başlamıştır. S&P 500 Endeksi'ndeki şirketlerin %90'ının sürdürülebilirlik ve sorumluluk temalarıyla ilgili raporlar hazırlaması bu durumu doğrulamaktadır. OECD (2008) raporu, tüketici şirketlerinin %75'inin sürdürülebilirlik kriterlerine uymayan tedarikçilerle iş ilişkilerini keseceğini belirtmiştir (Carneiro de Sousa, 2021: 1).

5.1.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sosyal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınmanın insani boyutudur (Vallance, Perkins & Dixon, 2011: 342) ve mevcut ve gelecek nesillerin refahının korunması ve iyileştirilmesi' ile ilgilidir (Martikainen, 2022: 21). Ayrıca, Rogers vd. (2012: 3) refahı, çok boyutlu, bağlamsal fiziksel, toplumsal özerklik, kültürel çeşitlilik, duygusal ve sosyal insan ihtiyaçlarını karşılama gerekliliği olan sosyal sürdürülebilirliğin merkezi bir bileşeni olarak görmektedir. Sosyal sürdürülebilirlik 'insanlar ve toplumlar için sağlıklı ve tatmin edici olduğu için sürdürülebilir şekillerde yaşamak olarak tanımlanmaktadır (Rogers vd., 2012: 3-4).

Vallance vd. (2011) birbiriyle ilişkili çeşitli sosyal unsurları ve bunların sürdürülebilir kalkınmaya nasıl katkıda bulunduğunu ayırt ederek sosyal sürdürülebilirliğin üç aşamalı bir tanımını sunmaktadır. İlk olarak, 'kalkınmanın sürdürülebilirliği', örneğin temel ihtiyaçların karşılanması, sosyal sermayenin kolaylaştırılması ve adaletin desteklenmesi anlamına gelmektedir (Brundtland, 1987: 40). İkinci olarak, 'köprü sürdürülebilirliği', insanların örneğin çevre sorunlarına aktif olarak katkıda bulunmasını sağlayan sürdürülebilir biyo-fiziksel ve sosyal koşullardan kaynaklanan olumlu sonuçlar olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Vallance vd. (2011) bu koşulları dönüştürücü olmayan (inançların yaşam tarzlarında değişiklik yapmak yerine teknolojik yenilikleri benimsemek) ve dönüştürücü yaklaşımlar (çevre, insan olmayanlar ve diğer insanlarla olan ilişkilerimizin sosyal olarak inşa edilmesi, yenilenmesi ve yeniden hayal edilmesi)'dir. Son olarak, 'bakım sürdürülebilirliği', örneğin yaşam kalitesi veya hoş bir iş gibi çeşitli bağlamlarda 'insanların sürdürüldüğünü (devam ettirildiğini) veya iyileştirildiğini görmek istedikleri gelenekleri, uygulamaları, tercihleri ve yerleri' ifade eder (Martikainen, 2022: 43; Vallance vd., 2011: 344).

Çoğu akademisyen <sosyal sürdürülebilirlik> terimini kültürel entegrasyon, kaynakların adil dağılımı veya toplulukların sosyal-kültürel geleneklerinin korunması gibi insanlık durumunun birçok farklı yönüne atıfta bulunmak için geniş bir kapsamda kullanmaktadır. Aynı zamanda bu kavram, daha geniş sosyal süreçler ve temel ihtiyaçlar, eğitim, sağlık, uygun fiyatlı barınma ve yaşam kalitesini içeren insanlık durumuyla ilgili konuları da kapsamaktadır (Amoah, 2021: 28).

Finlandiya'da uzmanlar, toplumsal kalkınmanın değerlendirilmesinde öznel refah için yeni bir ölçüt getirilmesini önermiş ve toplumsal kalkınma göstergelerinin öznel ve deneyimlenen refah yoluyla ölçülen ekonomik, çevresel ve sosyal veya insani boyutlardan oluşmasını önermişlerdir. Bu çok boyutlu insani refah göstergeleri, yaşam memnuniyeti, olumlu ve olumsuz duygular, psikolojik ihtiyaçların tatmini, eylemlilik, geleceğe olumlu bakış ve anlamlılığa ilişkin öznel deneyimleri ölçmeli ve bu göstergeler politika oluşturma süreçlerini bilgilendirmelidir (Martikainen, 2022: 44).

Sürdürülebilirliğin sosyal boyutu, firmaların toplum üzerindeki etkilerine ve hayır kurumları, toplum ilişkileri ve eğitim desteği gibi toplumsal konulara odaklanmaktadır. Sosyal odaklı girişimlerin başarısı için gerekli olan unsurlar, tüketici seçimi, algısı, desteğini ve ayrıca çalışan motivasyonunu içermektedir. Tüketici algıları, sosyal sürdürülebilirlik stratejilerinin başarısının merkezinde yer almaktadır. Çevresel ve toplumsal talepler, şirketleri sürdürülebilirlik konularında topluma mevcut katkılarını göstermeye zorlamaktadır (Kim vd., 2015: 184-185).

Son zamanlarda, refahın önündeki en acil zorluklardan biri ekolojik koşullardan kaynaklanmaktadır; iyi yaşamın daha geniş kapsamlı bir algısı, iklim değişikliği, sınırlı doğal kaynaklar ve insan faaliyetlerinin iç içe geçmiş doğasının farkındalığını içerir. Özetle ekolojik, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik, köprü sürdürülebilirlik kavramı aracılığıyla birbirine bağlı olarak görülmektedir. Dönüştürücü köprü sürdürülebilirliğine göre, toplumsal

değerlerin yenilenmesi ve dönüştürülmesi, özellikle refah devletlerinde daha temel ihtiyaçların başarılı bir şekilde karşılanması nedeniyle hem çok önemli hem de mümkün görülmektedir. Dolayısıyla, daha sürdürülebilir geleceklere giden yolda, doğanın canlılığı iyi insan yaşamlarının temeli olarak görülmekte ve karşılıklı güven, toplumların ve onların çalışma, üretim ve ekonomi sistemlerinin merkezi bir yapı taşı olarak görülmektedir (Martikainen, 2022: 44).

5.1.3. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik sosyal ve ekolojik sürdürülebilirlik üzerinde herhangi bir olumsuz etkisi bulunmayan ekonomik kalkınmadır. Bu bağlamda ekonomik sermayede yaşanacak bir artış doğal ve sosyal sermayenin azaltılması pahasına yapılmamalıdır (Gedik, 2020: 210). Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu, firmaların değer yaratma ve gelişmiş finansal performansla ilgili faaliyetlerine odaklanmaktadır. Sürdürülebilirliğin üç boyutundan şimdiye kadar en fazla ilgiyi çeken ekonomik boyut olmuştur. Ekonomik boyut üzerine yapılan önceki çalışmalar, pazarlama kaynakları, yetenekler, varlıklar ve performans arasındaki ilişkileri incelemiştir (Chabowski, Mena & Gonzalez-Padron, 2011: 57).

Ekonomik boyut, temel olarak rekabet avantajı geliştirmek ve gelişmiş ekonomik performansa katkıda bulunmak için gereken pazarlama kaynaklarının ve yeteneklerinin belirlenmesine odaklanmaktadır. Ayırt edici pazar algılama ve müşteriye yanıt verme yeteneklerinin geliştirilmesinin bir sonucu olarak, pazarlama uzmanlığı, girişimcilik yönelimi ve pazar yönelimi dâhil olmak üzere üstün performansa yol açan stratejik yetenek temelli kaynaklar ekonomik boyut çalışmaları için gereklidir. Önceki bulgular, bu tür kaynakların eksikliğinin rekabetçi bir dezavantaja yol açtığını ve sürdürülebilirliğin ekonomik boyutuna başarılı bir şekilde katkıda bulunamayacağını belirtmiştir (Kim vd., 2015: 184).

Ekonomik sürdürülebilirlik, üretim sürecine hem yenilenebilir (örneğin ormanlar) hem de tükenebilir (örneğin mineraller) fiziksel girdiler sağlayan doğal kaynak tabanının bu kısmına odaklanmaktadır. Yeri doldurulamaz ve ikame edilemez çevresel hizmetlerin insan faaliyetleri nedeniyle sürekli olarak tükenmesi veya zarar görmesi sürdürülebilirlikle bağdaşmaz (Goodland, 1995: 2). Ekonomik sürdürülebilirlik aynı zamanda işletme için ekonomik kaynakların uzun vadeli olarak kullanılmasında yeterli önlemlerin alınması ve kaynakların kullanımında maliyelerin minimum düzeye indirgenmesidir. Ekonomik olarak sürdürülebilir bir sistemin var olması tarımsal ve sanayi ile mal ve hizmet üretimini kötü etkileyecek bölüm dengesizliklerinden kaçınarak sürekliliği

sağlayarak üreten bir düzendir. Bu düzenin sağlanmasıyla bir ülkenin ekonomik yapısının yönetebilir derecede olmasını ve ekonomik çevre ile üretim sisteminin uyumlu olmasını sağlamaktadır (Şen, Kaya & Alparşlan, 2018: 21).

Hükümetler ve diğer karar mercilerinin sürdürülebilir kararları hayata geçirebilmeleri için ekonomi ile ilgili kararlar noktasında uymaları gereken sürdürülebilir ekonomik ilkeleri; a) Tüm karar süreçlerinde ekonomi ve çevre uyumlaştırılmalıdır. Mal ve hizmetlerin ekonomik değeri belirlenirken sosyal ve çevresel maliyetlerde hesaba katılmalıdır; b) Büyümenin tanımı uzun süre ve hayat kalitesi göz önünde bulundurularak yeniden yapılmalıdır; c) Tehlike yönetiminde oldukça iyi olan madde ve enerjinin yararını etkili bir biçimde yüksek seviyelere çıkaracak teknolojiler tercih edilmelidir; d) Özel sektör kuruluşları, hükümetler ve kişiler toplumu doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren ekonomik kararlarda ilk olarak yapılacak uzun süreli düşünmeli ve alınan kararların çevre ve doğal kaynaklar üzerindeki etkileri dikkate alınmalıdır (Sarkım, 2007: 77).

Ekonomik sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında; mal ve hizmet üretiminde sürekliliğin sağlanması, dış borçların belirli bir seviyede tutulabilmesi, tarımsal ve endüstriyel üretim noktasında engel olabilecek sektörel istikrarsızlıklardan uzak durulmalı ve aynı zamanda gelişmiş ülkelerde çevre koruma noktasında gelişmiş ülkelere büyük sorumluluk düşmektedir. (Küçükçörük, 2022: 9). Ekonomik olarak sürdürülebilir işletmeler, garanti nakit akışları ve kârlılığı olan işletmelerdir (Gedik, 2020: 210). Ekonomik sürdürülebilirlikte işletmelerin iç ve dış etkilerini analiz etmek oldukça önemlidir. Bu durum sürdürülebilirlik yönetiminin şu ilkeleri dikkate alması gerekmektedir. Bunlar; işletmelerin finansal performansı, işletmelerin ekonomi üzerindeki etkisi, işletmelerin maddi olmayan duran varlıkları nasıl yönettiğini ve işletmelerin sosyal ve çevresel etkileri ve bunları nasıl yönettiğidir (Doane & MacGillivray, 2001: 19).

Ekonomik sürdürülebilirliğinin iyileştirilmesi noktasında doğal kaynakların tamamının kullanılmasında vergi geçerli kılınırsa ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanması adına önemli bir finansman kaynağı sağlanmış olmaktadır. Bir diğer husus ise ekonomik sistem içerisinde varlık tabanının geliştirilmesi ve korunmasına yönelik stratejiler geliştirilir ve uygulanırsa bir sonraki nesillere daha iyi koşullarda yaşayabilmesi sağlanmalıdır. Ekonomik sürdürülebilir içerisinde mutlaka olması gereken çevresel sürdürülebilirliktir. Çevresel sürdürülebilirlik doğal sermayenin sürdürülebilir olmasını sağlamak için kaynak kullanımına sınırlama getirmektedir. Ekonomik sürdürülebilirliği sağlamak isteyen bir kurum çevresel sürdürülebilirliği görmezden gelmesi olası bir sonuç değildir (Küçükçörük, 2022: 11-12).

6. Sürdürülebilir Pazarlamanın Alt Disiplinleri

Gordon vd. (2011: 157) sürdürülebilir pazarlamanın yeşil, sosyal ve eleştirel pazarlama gibi ilgili alt disiplinlerinin olduğunu belirtmiştir (Knudsen, Lien, Timmermans, Belik & Pandey, 2021: 361).

Yeşil Pazarlama; müşteri ihtiyaçlarını karşılama, işletmenin örgütsel hedeflerine ulaşma ve bu süreçleri ekosistemle ilişkilendirme kriterlerini karşılayacak şekilde ürünlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımının planlanması, uygulanması ve yönetilmesi sürecidir (Chomová, 2020: 37). Yeşil pazarlama, işletmenin yürütmüş olduğu faaliyetlerini, çevresi ile daha uyumlu bir ilişkide yürütme çabasıdır (Zengin & Aksoy, 2021: 366). Yeşil pazarlamanın temel amacı, tüketicilere, ürün tüketimi bağlamında çevreyi korumanın önemini vurgulamak, yalnızca müşterilerle değil diğer paydaşlarla da iletişimin her iki tarafına dayalı uzun vadeli ilişkiler kurmaya vurgu yapmak ve çevreye karşı sorumlu olmak için doğal bir ihtiyaç oluşturmaktır (Chomová, 2020: 37).

İşletmeler, yeşil pazarlamayı kullanmaları için; hedeflerine ulaşmada bir fırsat olarak görmeleri, rakiplerin çevreci uygulamalarının işletmeleri yeşil pazarlamaya yönlendirmesi, yasal yaptırımlar, kurumsal sosyal sorumluluk bazında çevre dostu faaliyetlerin ahlaki bir yükümlülük olduğunu bilmelidirler. Ayrıca, kaynak kullanım yöntemlerinin işletmelerde maliyet unsurları ile ilgili davranışlarını değiştirmeye yön verdiğini dikkate almalıdırlar (Zengin & Aksoy, 2021: 366).

Yeşil pazarlama, tüm pazarlama faaliyetlerini (yeşil satış ve üretim, pazarlama kararları, pazar araştırmaları, ambalaj, tüketim, etiketlenme) kapsamaktadır. Bu kapsamda tüketicilerin ürünlerin kullanılması sonucunda üretim ya da dönüşlerin yapıldıkları yer ya da doğa olmaktadır. Günümüzde geri dönüşüm ürünlerinin önem kazandığı dikkate alınırsa bu önemin de yeşil pazarlamaya olan dikkatleri daha da açığa çıkarmaktadır. Genelde tüketicilerin modern pazarlamada, çevre duyarlılıkları ve bilinçleri yüksektir. Bu nedenle birçok işletme, yeşil pazarlama faaliyetlerine rakiplerini geçmek için bir rekabet avantajı sağlamak adına önem vermiştir. Bu doğrultuda yeşil pazarlama modern iş dünyasının başlıca eğilimi olarak ifade edilebilir (Boz, Duran & Başköy, 2020: 1349).

Sosyal Pazarlama; işletmelerin faaliyetleri sırasında çevrelerine ve doğaya karşı duyarlı olmalarını, hedef gruplarında gönüllü davranış değişimlerini oluşturabilmeyi, kişisel ve toplumsal refahı yükseltebilmeye yönelik

faaliyetlerinde uygulanmasında pazarlama yöntem ve tekniklerinin kullanımındır (Cılızoğlu, Dondurucu & Çetinkaya, 2020: 252). Sosyal pazarlama, sürdürülebilir bir alanda karbon emisyonlarını azaltmak, toplu taşıma kullanımını teşvik etmek, tüketici borçlarını azaltmak ya da yerel gıda üreticilerini desteklemektir (Kayıkçı, Armağan & Dal, 2019: 84-85).

Sosyal pazarlama, pazarlamanın sağlayacağı faydadan ziyade toplumun sosyal davranışlarını pozitif yönde etkilemek ve topluma fayda sağlamaya çalışmaktadır. Bu pazarlama tekniğinde; işletmeler faaliyetlerini icra ederken diğer yandan da hiçbir finansal fayda beklemeden topluma karşı açık ve adil davranışların sergilenmesi esas alınmaktadır. Böylece davranış değişikliğine odaklandığı görülürken aynı zamanda da geleneksel pazarlamadan da ayrıldığı görülmektedir (Küçükyörük, 2022: 38).

Sosyal pazarlama, birtakım ürün ve hizmetlerin maddi olarak hiçbir getirisi olmasa yine de pazarlanması gerektiğini savunmaktadır. Bu da pazarlama kavramının kapsam olarak genişlemesini sağlamıştır. Sosyal pazarlama yaklaşım olarak daha yararlı bir toplum oluşması açısından sergilenen bir yaklaşımdır. Geleneksel pazarlamanın tersine toplumsal faydayı esas almaktadır (Başaran, 2021: 52).

Eleştirel Pazarlama; pazarlama araştırmalarında yayınlanan sürdürülebilirlikle ilgili çoğu makale, sürdürülebilirliğin eleştirel bir şekilde sorgulanmasını vurgulanmaktadır. Bu normatif makaleler, sürdürülebilirliğin bir sorun olduğunu, tüketicilerin davranışlarını değiştirmesi gerektiğini, firmaların rekabet edebilmek için sürdürülebilir olması gerektiğini ve sürdürülebilirliğin toplum üzerinde derin etkileri olabileceğini belirtmektedirler. Pek çok çalışma sürdürülebilirliği ve çevre üzerindeki etkilerini eleştirel bir şekilde sorgulasa da, az sayıda çalışma, sürdürülebilir eylemin uygulanması için “nasıl yapılır” çözümleri sunmaktadır (Lunde, 2018: 88).

Eleştirel pazarlama, baskın olan pazarlama teorisine ve uygulamasına meydan okumak için kullanılabilir, odak noktası tüketimi arttırmak ve yaşam kalitesi gibi diğer amaçlara yön verme, sürdürülebilirlik ve memnuniyet sağlamaktır (Kayıkçı vd., 2019: 85). Eleştirel pazarlamanın amacı genel geçer düşünceleri sorgulayıp eleştirme eğiliminin ön plana çıkmasıdır. Eleştirel pazarlamacılar, her bakış açısının eşit ve objektif bir biçimde ele alınması gerektiğini belirtmektedirler. Eleştirel pazarlamada toplumun tümüne yararlı olan pazarlama faaliyetlerini desteklemekte olup bu yönüyle değerlendirildiğinde eleştirel ve sosyal pazarlamanın birbirini tamamlayan yaklaşımlardır (Küçükyörük, 2022: 40).

7. Kobilerde Sürdürülebilir Pazarlamaya Yönelik Stratejik Öneriler

Yapılan literatür taraması kapsamında işletmelerin büyük bir çoğunluğunu oluşturan (%99) ve de (Şahbaz & Tanyeri, 2018: 234) ekonomik kalkınma noktasında oldukça önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler yerel pazardan uluslararası pazara kadar rakipleri ile rekabet edebilecek ve işletme varlıklarını devam ettirebilecek günümüz koşullarında, geçmiş dönemlere kıyasla birtakım stratejilere ihtiyaç duymaktadırlar. Bunlar literatürde yapılan çalışmalar ile şu şekilde ifade edilmeye çalışılmıştır.

İş sürdürülebilirliğini artırma noktasında Hanaysha vd. (2022: 1; akt; Al-Shaikh & Hayaysha, 2023: 4) inovasyon yeteneklerinin; Belas, Çera, Dvorský ve Čepel (2021: 721) Kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri ile KOBİ sürdürülebilirliği arasında olumlu bir ilişki olduğunu; Liv vd., (2020; akt; Al-Shaikh & Hayaysha, 2023: 4) yeşil inovasyonun; Yussof vd., (2019; akt; Al-Shaikh & Hayaysha, 2023: 4) iş sürekliliğinin yeşil entelektüel sermaye ile sağlanabildiğinin; Chang & Cheng (2019: 458) KOBİ'ler sürdürülebilirliklerini artırmak için ekolojik kaygılara kendini adanmalı gerektiğini; Cantele ve Zardini (2018: 166) Sürdürülebilirliğin resmi, ekonomik ve sosyal unsurları rekabet avantajını olumlu yönde etkilediğini vurgulamışlardır.

Veral (2021: 7) çalışmasında döngüsel ekonomiye; Zengin ve Aksoy (2021: 363) çalışmasında sürdürülebilir kalkınma anlayışının yeşil pazarlama ve yeşil finans açısından kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesi ve yeşil ekonomi ürünlerinin maliyetlerinin düşürülmesi ile tüketicilerin ilgisinin artırılması gerektiğini bildirmişlerdir.

Firdiansyah, Mohamed, Yusoff Yusliza, Saputra ve Muhammad (2021: 5092) yeşil pazarlamanın marka imajı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve tüketicinin satın alma kararı davranışını etkilediğini; Dash, harma ve Sharma (2023: 1) sosyal medyanın, tüketicileri ve pazarlamacıları yeşil ve sürdürülebilir olmaya yönlendirerek dünyayı iyileştirme konusunda muazzam bir potansiyele sahip olduğunu; araştırma sonuçlarında ortaya koymuştur. Agu, Etuk ve Madichie (2022: 1) sürdürülebilirlik odaklı pazarlama eğitiminin öğrencilerin sürdürülebilir tüketim bilincini, tutumunu, öznel normlarını ve algılanan davranışsal kontrolünü etkilediği belirlenmiştir

Marangoz ve Özberk (2020: 69) işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamada kaynak avantajı teorisine dikkat çekmişlerdir. Bu teoriye göre; insan motivasyonu, tüketici bilgisi, işletme amacı ve bilgisi, yönetimin rolü, kaynaklar, rekabet dinamikleri gibi unsurların pazar

yönlülük açısından da sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamada önemi üzerine durmuşlardır.

Çakır (2019: 270) çalışmasında ise sürdürülebilirliği oluşturmada kurumsal markaların sponsorluk reklamlarını, nasıl kullandıklarını incelemiştir. Çalışma sonucunda Türkiye’de sürdürülebilirlik farkındalığına yönelik sponsorluk reklamları ile ilgili çalışmaların yoğunlukta olduğu görülmüştür.

Kayıkçı vd., (2019: 77) ise pazarlama alanında oluşturdukları çalışma ile bilinçli ve sorgulayan müşterilerin artmasının sürdürülebilir pazarlamayı ortaya çıkarmasında önemli olduğunu vurgulamışlardır. Yılman ve Çam, (2020: 223) çalışmalarında ise içsel pazarlama faaliyetleri ile işletmelerde satış gücünün performansı arasındaki ilişkiyi değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Nitelikli personel yetiştirebilmek ve işletmelerin sürdürülebilir gelişimlerine katkı sağlamak düşüncesi ile içsel pazarlama faaliyetlerine dikkat çekilmiştir.

Al-Shaikh ve Hayaysha (2023: 1) çalışmasında girişimci pazarlama ve iş sürdürülebilirliği üzerine yaptıkları çalışmada, girişimci pazarlama boyutları (değer yaratma, proaktiflik, müşteri yoğunluğu, kaynaklardan yararlanma ve yenilikçilik) ile KOBİ bağlamında işletme sürdürülebilirliği arasındaki bağlantılara ilişkin mevcut bilgilere önemli bir katkı sağlamaktadır.

Zengin ve Aksoy (2021: 363) çalışmasında sürdürülebilir kalkınma anlayışının yeşil pazarlama ve yeşil finans açısından değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda yeşil ekonomi için kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesi ve yapılacak yasal düzenlemelerle hem özel sektörün ilgisinin artırılması hem de yeşil ekonomi ürünlerinin maliyetlerinin düşürülmesi ile tüketicilerin ilgisinin artırılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Yukarıda detayları ile ifade edilmeye çalışılan ve sürdürülebilir pazarlama eylemlerinin işletmeler açısından önemini ortaya koyan uygulamalar ışığında, günümüz işletmeleri için özellikle pazarlama faaliyetlerinin şekillenmesinde etkili olan pazarlama karması unsurlarına dair bir takım strateji önerileri şu şekilde özetlenebilir:

Pazarlama karması unsurlarından olan ürün, insan ihtiyaçlarını karşılayan somut ve soyut nesnelere için kullanılan kavram olup, işletmeler ile tüketiciler arasında köprü vazifesi görür. Ürün, işletmelerin görünen yüzü olup tüketici çoğu zaman ürün ile işletmeleri tanır. Zamanla müşteri sadakatinin temelleri, ürün stratejilerine bağlı oluşturulur. İşte bu kapsamda son derece önemli olan ürün için sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirme yapıldığında, sürdürülebilir pazarlamanın boyutlarına uygun, çevresel, sosyal ve ekonomik faktörler dikkate alınarak ürün tasarlanmalıdır. Yani bir ürün için geliştirme

sürecinin her aşaması, bu üç unsur göz önüne alarak yapılmalıdır. Söz gelimi ambalaj, sürdürülebilir bir unsur olarak, çevrenin korunması bakımından en uygun malzemeler kullanılarak seçilmeli ve yine ambalaj tasarımı kaynak israfına neden olmamalıdır. Ürün sürdürülebilir ürün ise ambalajı da tüketicilerin istek ve ihtiyacına cevap vermeli ve sosyal açıdan da toplumun geleceği için bir anlam ifade etmelidir. Bu bağlamda gelecek nesillere bırakılan bir değer söz konusu edilmelidir. İşletmeler ürünlerini gerçekleştirirken, hammadde temin aşamasından başlayan her bir adım, yine sürdürülebilir pazarlama unsurlarına uygun olmalıdır. Hammadde kaynaklarının israf edilmemesi gerekirken, kaynaklar için geri dönüşüm mutlaka değerlendirilmelidir. Gerek ürünün kendisi ve üretim sürecinde kullanılan ekipmanları açısından çevresel zararları yok denecek kadar az olmalıdır. Bu kapsamda, ambalajların doğaya vereceği zarar bir daha hesap edilerek, ürünler için tasarımları daha dikkatli yapılmalıdır. Bilinçli tüketici ürün tercihi yaparken, sosyal pazarlama kavramının gereği olarak çevresel etkileri her zaman ön planda tutan tüketici olup, bu durumda işletmeler rekabet avantajı elde edilmek için bu hususu da özellikle göz önünde bulundurmak zorundadırlar.

Fiyat, bir mal veya hizmet için talep edilen parasal bedel olarak tanımlanır ve işletmelerde pazarlama karması elamanlarının gelir ifade eden tek unsuru olarak bilinir. Diğer unsurlar, işletmeler için maliyet ifade ederler. Geniş kapsamlı bir kavram olan fiyat ile işletmelerin çok oynamamaları tavsiye edilir. Ürünlere fiyat belirlerken işletmeler katlandıkları maliyetleri hesap edip üzerine bir kar marjı ekleyerek piyasa için geçerli fiyat bulmaya çalışırlar. Elbette ürün için maliyet unsuru taşıyan her birim doğrudan fiyata yansıtacağından, sürdürülebilirlik açısından bu maliyetleri aşağıya çekecek tasarımlar yapılmalıdır. Fakat günümüzde daha çevreci ürünlerin üretilmesinde kullanılan hammadde ve malzemeler oldukça kısıtlı ve pahalı olmaktadır. Bu durumda ürün fiyatlarına yansımaktadır. Böyle bir durumda tüketici tercih yaparken zorlanacaktır. Oysaki ürünlerin uzun dönemli kullanımlarından kaynaklanan çevresel avantajları ve fiyat avantajları tüketiciye anlatılırsa fiyat bağlamında bu durum, tüketiciler açısından bir karlılık unsuru olarak değerlendirilebilecektir. Çevresel etkileri ve kaynak israfına yönelik husus göz önüne alınarak kullanılmaması gereken ucuz malzemeler yerine sürdürülebilir ürün kapsamında ambalajlar için yapılacak yatırımlar gelecekte işletmeler için ek yatırım ve kaynak bulma konusundaki finansal sorunlar için de şimdiden çözüm olabilecektir.

Mal ve hizmetlerin üreticilerden tüketicilere akışının sağlanması, pazarlamanın dağıtım unsurunun görevidir. Ürünler istenilen yer ve zamanda

tüketiciler için hazır bulundurulmalıdır. Bu hazır bulunma sürecinde yapılan her bir eylem çevreye duyarlı eylemler olup kaynakların israfına neden olmamalıdır. Yani dağıtım olarak ifade edilen eylemlerin her bir alt eylemi daha dikkatlice planlanmalıdır. Doğru araçlar seçilmelidir. Taşıma, depolama ve teslim konusunda çevrenin korunmasına dikkat edilmelidir. Geri dönüşüm muhakkak dikkate alınarak kaynak israfı ortadan kaldırılmalıdır. Ambalaj tasarımı ile taşıma kolaylığı sağlanarak, taşımanın her anlamda maliyetleri minimize edilmelidir. Bilinçli tüketici bu kapsamda tercih yaparken, işletmelerde rekabet avantajı sağlayacak sürdürülebilir dağıtım ağı kurmalıdır.

Pazarlama iletişimi yani üretici ile tüketici arasındaki iletişim, diğer bir ifade ile pazarlamada tutundurma eylemleri, amaç müşterilerin bilgilendirilmesini sağlamak olup yeri ve zamanında haberleşmeyi gerçekleştirmektir. İşletmeler, sürdürülebilir pazarlama eylemleri adına yaptıkları faaliyetleri evvela tüketiciler ile paylaşmak durumundadırlar. Sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri aslında tüketicilerin tüketim tarzlarında da değişiklikler yapacaktır. Bu durumda rekabet avantajı sağlamak adına yapılan eylemler, pazarlama iletişimi vasıtaları aracılığı ile tüketicilere bildirilmelidir. İşletmeler tutundurma faaliyetleri ile tüketici kitlesine bilgileri aktarırken aynı zamanda çevrenin korunması, kaynak israfının önüne geçilmesi ve sosyal sorumlulukların ön plana çıktığı davranışlar ile ilgili bilgileri de aktarmaktadırlar. Bir ürün için geri dönüşümlü ambalaj reklamında verilmek istenen mesaj sadece ambalajın ürünü koruduğuna dair olmayıp, o ambalaj ile çevrenin kirletilmediğinin de kanıtlanmasıdır. Yapacağınız bir halkla ilişkiler faaliyeti ile aynı zamanda kıtlık ile mücadele bilincini aşılamış olacaksınız. Bilinçli tüketiciler bu kapsamda elbette seçim yaparken sadece ürün yönlü değerlendirme yapmayacaklardır. Günümüzde sadece fiyat performans veya fiyat kalite algısı, ürün tercihinde tek başına kullanılan unsurlar olmaktan çıkmıştır.

8. Sonuç

Sürdürülebilirlik kavramı, önceki yıllara nazaran günümüz koşulları ve teknolojik gelişmelerin yaşanması, dünya geneli birçok ülkenin ve de Türkiye'nin pandemi döneminden geçmesi ile tüketicilerin üzerinde sıklıkla durdukları konuların başında gelmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının, yapılan literatür incelemelerinde yalnızca pazarlama açısından değil birçok disiplinle (Kemper & Ballantine, 2019: 278) ilişkilendirildiği görülmektedir. Sürdürülebilirlik, insanlara ve dünyaya zarar vermekten kaçınırken kar yaratan

bir iş yapma yolu olarak ifade edilmektedir (Connelly, Keteen & Slater, 2011: 86). Sürdürülebilirliğin toplumsal kalkınma ve bireyler açısından en çok ilişki de olduğu kavramlardan biri de pazarlamadır. Bu noktada sürdürülebilir pazarlaması, tüm topluma, toplumun sosyal hedeflerine ve çevrenin korunmasına yöneliktir toplumun sosyal hedeflerine ve çevrenin korunmasına yöneliktir (Chomová, 2020: 38).

Ülkelerin toplumsal kalkınma ve ekonomik gelişmişlik düzeylerinde oldukça önemli rol oynayan sürdürülebilir pazarlamanın vazgeçilmez olduğu alanlardan biri de KOBİ'lerin faaliyet gösterdiği alanlardır. KOBİ'ler hem ülke ekonomileri için hem de dünya ekonomilerinde küresel pazarlarda, pazar ortamına doğrudan veya dolaylı olarak yön veren kuruluşlar olduğu için pazar ortamının yapı taşları arasındadır. Tüketicilerin ürün veya hizmet tercihlerinde sürdürülebilir pazarlama stratejileri kapsamında ağırlıklı olarak hareket eden işletmeleri tercih ettikleri görülmektedir. Günümüz rekabet ortamı geçmiş yıllara kıyasla üst seviyelerde olduğu ortadadır.

KOBİ'lerin rakip sayısının çoğunlukta olduğu bir pazar ortamında hem tüketicilerin sürdürülebilir istek ve ihtiyaçlarının hem de sürdürülebilir pazarlama çerçevesince hareket ettiklerini göstermeleri gerekmektedir. Bunun için ise; KOBİ'ler sürdürülebilir pazarlamanın kapsam olarak çevresel, sosyal, ekonomik ve teknolojik yönlerinin olduğuna dikkat etmeleri gerekmektedir (Kemper & Ballantine, 2019: 282). KOBİ'lerin varlığını sonsuza dek yaşatma gayesi ile kurulduğu düşünüldüğünde, pazar ortamında rakipleri karşısında ayakta kalabilmesi için yenilikleri ve tüketici istek ve ihtiyaçları noktasında sürdürülebilir pazarlamayı önemsemesi gerekmektedir.

Bir önceki bölümde de belirtildiği üzere yapılan çalışmalar ulusal ve uluslararası düzeyde ortadadır. Bu çalışmaların özellikle ulusal düzeyde dağılımları incelendiğinde yeterince ele alınmadığı aşikârdır. Bu nedenle KOBİ'lerin ulusal düzeyde uluslararası rekabet edebilir konuma gelmeleri için sürdürülebilir pazarlamayı oldukça hızlı bir şekilde benimsemeleri gerekmektedir. Buna yönelik ilgili bir uzmandan destek hizmeti alınabilir. Daha önceki yapılan uygulamalardan hareketle parçalı bir şekilde işletmelerde uygulama aşamasına geçilebilir. Bunun için ise öncelikle başta KOBİ yöneticileri veya sahipleri olmak üzere tüm çalışanların bu konuya yönelik farkındalık düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Sürdürülebilir pazarlama noktasında eğitimsel faaliyetler ya da işletmenin çalışanlarına ücret başta olmak üzere farklı kategorilerde yapacağı motivasyonlarla çalışanın bu yönde eğilim göstermesi sağlanabilir.

KOBİ büyüklüklerine göre sürdürülebilir pazarlamanın araştırılması, eksikliklerinin belirlenmesi ve mukayese edilmesi önerilmektedir. Yapılan çalışmaların gerek yurt içi gerekse yurt dışı karşılaştırması yapılarak ulusal ve küresel pazar ortamında KOBİ'nin yerinin belirlenmesi ve buna göre rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlayacak sürdürülebilir pazarlama stratejilerini belirlemelidir. Bu çalışmada öncelikle KOBİ'ler hakkında genel bilgi verilmiş, daha sonrasında sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir pazarlama kavramlarına alt başlıkları birlikte detaylıca değinilmiş olup literatür ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Agu, A. G., Etuk, S. G., & Madichie, N. O. (2022). Exploring the role of sustainability-oriented marketing education in promoting consciousness for sustainable consumption. *Sustainability*, 14(13), 1-16.

Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir kalkınma: Uygulamalı antropolojinin eylem alanı. *Antropoloji*, (24), 133-164.

Akın, E. (2019). Üretim yapan KOBİ'lerde müşteri odaklılık ve ilişkisel pazarlama yönelimi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2742-2769.

Al-Shaikh, M. E., & Hanaysha, J. R. (2023). A conceptual review on entrepreneurial marketing and business sustainability in small and medium enterprises. *World Development Sustainability*, 1-10.

Altınbaşak-Farina, I., & Burnaz, S. (Eds.). (2019). *Ethics, social responsibility and sustainability in marketing*. Springer.

Amoah, P. (2021). Sustainability in the mining sector of Ghana: an empirical study: a thesis presented in partial fulfilment of the requirement for the degree of doctor of philosophy in management at Massey University, Albany, Auckland, New Zealand (doctoral dissertation). Massey University, New Zealand.

Bakos, J., Siu, M., Orenge, A., & Kasiri, N. (2020). An analysis of environmental sustainability in small & medium sized enterprises: Patterns and trends. *Business Strategy and the Environment*, 29, 1285-1296.

Başaran, M. (2021). Sosyal pazarlama çerçevesinde bir inceleme: COVID-19 kamu spotları örneği. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (9), 50-71.

Belas, J., Čera, G., Dvorský, J., & Čepel, M. (2021). Corporate social responsibility and sustainability issues of small-and medium-

sized enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 721-730.

Blaga, S. (2013). Rethinking business sustainability. *Review of Economic Studies and Research Virgil Madgearu*, 1, 1-20.

Boz, D., Duran, C., & Başköy, S. (2020). Yeşil pazarlama faaliyetlerinin tüketiciler üzerindeki etkileri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1346-1372.

Brundtland, G.H. (1987). Our common future: The world commission on environment and development. Oxford: Oxford University Press.

Cantele, S., & Zardini, A. (2018). Is sustainability a competitive advantage for small businesses? An empirical analysis of possible mediators in the sustainability financial performance relationship. *Journal of Cleaner Production*, 182, 166-176.

Carneiro de Sousa, M.J. (2021). The relevance of environmental sustainability to customer loyalty in B2B markets: The case of the textile industry (master thesis). Faculdade de Economia Universidade do Porto.

Chabowski, B. R., Mena, J. A., & Gonzalez-Padron, T. L. (2011). The structure of sustainability research in marketing, 1958–2008: A basis for future research opportunities. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 55–70.

Chang, A. Y., & Cheng, Y. T. (2019). Analysis model of the sustainability development of manufacturing small and medium-sized enterprises in Taiwan. *Journal of Cleaner Production*, 207, 458-473.

Chomová, K. (2020). Evolution of sustainability in marketing. 20th International Joint Conference Central and Eastern Europe in The Changing Business Environment; 36-38.

Cılızoğlu, G. Y., Dondurucu, Z., & Çetinkaya, A. (2020). Sosyal pazarlama bağlamında covid-19 salgını sürecinde GSM operatörlerinin Youtube reklamlarının analizi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6(1), 280-299.

Connelly, B. L., Ketchen, D. J., & Slater, S. F. (2011). Toward a “theoretical toolbox” for sustainability research in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 86-100.

Çakır, T. (2019). Kurumsal pazarlama perspektifinden sponsorluk reklamlarıyla sürdürülebilirlik farkındalığının oluşturulmasına yönelik bir değerlendirme. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(3), 270-285.

Danso, A., Adomako, S., Lartey, T., Amankwah-Amoah, J., & Owusu-Yirenkyi, D. (2020). Stakeholder integration, environmental sustainability orientation and financial performance. *Journal of Business Research*, 119, 1-11.

Darıcı, B., Coşkun, D., & Balık, Z. S. (2010). Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ)'in problemlerini ortaya çıkarmaya yönelik bir çalışma: Şırnak ili örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 153-170.

Dash, G., Sharma, C., & Sharma, S. (2023). Sustainable marketing and the role of social media: An experimental study using natural language processing (NLP). *Sustainability*, 15(6), 1-16.

Doane, D. ve MacGillivray, A. (2001). Economic sustainability: The business of staying in business. *New Economics Foundation*, 1-52.

Epik, H., & Gökşen, Y. (2020). Küçük otellerde kurumsal strateji belirleme için bir karar destek sistemi: Pilot çalışma. *Acta Infologica*, 4(1), 11-19.

Feroz, A. K., Zo, H., & Chiravuri, A. (2021). Digital transformation and environmental sustainability: A review and research agenda. *Sustainability*, 13, 1-20.

Firdiansyah, R., Mohamed, M., Yusoff Yusliza, M., Saputra, J., & Muhammad, Z. (2021, March). A Review of green marketing strategy literature: Mini review approach. In *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore: IEOM Society International* (Vol. 21030, pp. 5092-5108).

Gedik, Y. (2020). Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215.

Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26(1), 1-24.

Gordon, R., Carrigan, M., & Hastings, G. (2011). A framework for sustainable marketing. *Marketing Theory*, 11(2), 143-163.

Gök, M. (2022). Pandemi ve ekonomik durgunluk sürecinde KOBİ'ler ve sosyoekonomik önemi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 6(3), 3371-3393.

Güngör, C. (2023). Kobilerin uluslararasılaşma sürecinde dijitalleşme ve dijital olgunluk seviyelerinin rekabet avantajı yaratmasındaki önemi (Doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Heath, T., & McKechnie, S. (2019). Sustainability in marketing. *Incorporating sustainability in management education: An Interdisciplinary Approach*, 105-131.

Hector, D. C., Christensen, C. B., & Petrie, J. (2014). Sustainability and sustainable development: Philosophical distinctions and practical implications. *Environmental Values*, 23(1), 7-28.

Jumshudlu, S., & Yakar, N. N. (2020). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde muhasebe bilgi sistemleri: Sistematik bir literatür incelemesi ve içerik analizi. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, (62), 37-50.

Kavasoğlu, B. (2023). KOBİ'lerin dijital pazarlama faaliyetlerine yaklaşımları: Ankara ilinde bir uygulama (Yüksek lisans tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.

Kayıkçı, P., Armağan, K., & Dal, N. (2019). Sürdürülebilir pazarlama: Kavramsal bir çalışma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 77-93.

Kayışkan, D., & Özgül, E. (2021). KOBİ'lerde girişimsel pazarlama boyutlarının incelenmesine yönelik İzmir ilinde bir araştırma. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 10(2), 23-46.

Kemper, J. A., & Ballantine, P. W. (2019). What do we mean by sustainability marketing? *Journal of Marketing Management*, 35(3-4), 277-309.

Kılıç, R., & Keklik, B. (2012). KOBİ'lerde genel firma özelliklerinin inovasyon uygulamalarına etkisi: Balıkesir ilinde bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39, 93-118.

Kılıçlı, Y., & Aygün, M. (2018). KOBİ'lerin finansman sorunları ve çözüm önerileri: Van organize sanayi bölgesi üzerine bir inceleme. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1) 135-152.

Kilbourne, W., McDonagh, P., & Prothero, A. (1997). Sustainable consumption and the quality of life: A macromarketing challenge to the dominant social paradigm. *Journal of Macromarketing*, 17(1), 4-24.

Kim, J., Taylor, C. R., Kim, K. H., & Lee, K. H. (2015). Measures of perceived sustainability. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 25(2), 182-193.

Knudsen, E. S., Lien, L. B., Timmermans, B., Belik, I., & Pandey, S. (2021). Stability in turbulent times? The effect of digitalization on the sustainability of competitive advantage. *Journal of Business Research*, 128, 360-369.

KOSGEB. (2022). KOBİ tanımı. 01 Temmuz 2023, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/8173/kobi-tanimi-guncellendi>

Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A. A., & Goyal, P. (2012). Evolution of sustainability as marketing strategy: Beginning of new era. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 37, 482-489.

Kumbalı, H. Ç., İncekara, M., & Sarıkaya, M. (2022). KOBİ'lerde çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik: Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye karşılaştırması. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(26), 789-823.

Kutlu, H. A., & Demirci, N. S. (2007). KOBİ'lerin finansal sorunları ve çözüm önerileri. *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, 187-198.

Küçükyörük, G. (2022). Sürdürülebilir pazarlamanın çevre bilinci ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkisi (Yüksek lisans tezi). Kırklareli Üniversitesi, Kırklareli.

Lim, W. M. (2015). A Blueprint for sustainability marketing: Defining its conceptual boundaries for progress. *Marketing Theory*, 16(2), 232–249.

Lim, W. M. (2016). A blueprint for sustainability marketing: Defining its conceptual boundaries for progress. *Marketing Theory*, 16(2), 232–249.

Lunde, M. B. (2018). Sustainability in marketing: A systematic review unifying 20 years of theoretical and substantive contributions (1997–2016). *AMS Review*, 8(3-4), 85-110.

Marangoz, M., & İnak Özberk, T. M. (2020). Sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamada kaynak avantajı teorisi ve pazar yönlülük yaklaşımı. *Journal of Management & Economics*, 27(1), 69-89.

Martikainen, S. J. (2022). Meaningful work and eudaimonia: Contributing to Social Sustainability in the Workplace. 01 Temmuz 2023, https://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/163774/Suvi-Jonna%20Martikainen_A4.pdf?sequence=1

Morales, P. A., True, S., & Tudor, R. K. (2020). Insights, challenges and recommendations for research on sustainability in marketing. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 30(4), 394-406.

Nielsen (2011). Sustainable efforts & environmental concerns around the world report. Obermiller, C., Burke, C., & Atwood, A. (2008). Sustainable business as marketing strategy. *Innovative Marketing*, 4(3), 20-27.

Oláh, J., Aburumman, N., Popp, J., Khan, M. A., Haddad, H., & Kitukutha, N. (2020). Impact of Industry 4.0 on environmental sustainability. *Sustainability*, 12, 1-21.

Özşahin, M., Coşkun, E., & Çallı, B. A. (2020). Kobi'lerde dijitalleşmeyi etkileyen girişimci özellikleri ve örgütsel faktörler üzerine nitel bir araştırma: Yalova ili örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 511-539.

Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: In search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14, 681-695.

Resmi Gazete (2023). KOBİ tanımı. 01 Temmuz 2023, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/03/20220318-11.pdf>

Rogers, D. S., Duraiappah, A. K., Antons, D. C., Munoz, P., Bai, X., Fragkias, M., & Gutscher, H. (2012). A vision for human well-being: transition

to social sustainability. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 4(1), 61-73.

Sarı, S. (2022). Küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ'lerin) önemi ve covid-19 salgınının KOBİ istatistiklerine yansımaları. *Social Science Development Journal*, 7, 230-246.

Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir turizm kapsamında turistik ürün çeşitlendirme politikaları ve Antalya örneği (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Sen, A., & Haq, K. (2010). Internationalization of SMEs: Opportunities and limitations in the age of globalization. *International Business & Economics Research Journal*, 9(5), 135-142.

Serageldin, I., & Streeter, A. (1993). Valuing the environment: proceedings of the first annual conference on environmentally sustainable development, Environmentally Sustainable Development Proceedings, Series. No. 2, The World Bank, Washington, D.C

Seretny, M., & Seretny, A. (2012). Sustainable marketing-a new era in the responsible marketing development. *Foundations of Management*, 4(2), 63-76.

Sheth, J. N., & Parvatiyar, A. (2021). Sustainable marketing: Market-driving, not market-driven. *Journal of Macromarketing*, 41(1), 150-165.

Şahbaz, A., & Tanyeri, M. (2018). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde inovasyona yönelik tutumlar ve inovasyon engelleri: Çanakkale ilinde KOBİ'ler üzerine bir araştırma. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 233-263.

Şahin, B. D., & Özüdoğru, H. (2019). KOBİ'lerde Üretim ve pazarlama sorunları: Ostim örneği. *Third Sector Social Economic Review*, 54(1), 320-333.

Şahin, M. T. (2021). Literatür taraması üzerinden COVID-19 salgınının küçük ve orta büyüklükteki işletmelere (KOBİ) etkisini anlamak: Kavramsal bir analiz. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 19(2), 466-489.

Şen, H., Kaya, A., & Alparslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik üzerine tarihsel ve güncel bir perspektif. *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107), 1-47.

Torun, M. T., & Yılmaz, M. K. (2021). Girişimci pazarlamanın yenilik türleri ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü üzerindeki etkileri: KOBİ'ler üzerinde bir uygulama. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 10(1), 81-110.

Trang, P. N. T., Hanh Le, A. N., Tan, L. P., & Sung Cheng, J. M. (2023). Sustainable marketing management: Using bibliographic coupling to review the

state-of-the-art and identify future research prospects. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 30(1), 63-85.

Vallance, S., Perkins, H. C., & Dixon, J. E. (2011). What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum*, 42(3), 342-348.

Veral, E. S. (2021). Döngüsel ekonomi: Engeller, stratejiler ve iş modelleri. *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi*, 8(1), 7-18.

Vesal, M., Siahtiri, V., & O'Cass, A. (2021). Strengthening B2B brands by signalling environmental sustainability and managing customer relationships. *Industrial Marketing Management*, 92, 1-11.

Yılman, Ü., & Çam, F. (2020). İçsel pazarlama faaliyetleri ile satış gücünün performansı arasındaki ilişki: Altın mücevherat sektörü üzerine bir araştırma. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 4(2), 223-246.

Zengin, B., & Aksoy, G. (2021). Sürdürülebilir kalkınma anlayışının yeşil pazarlama ve yeşil finans açısından değerlendirilmesi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 362-379.

BÖLÜM IX

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE TOPLUMSAL CİNSİYETE DUYARLI BÜTÇELEMENİN GELİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

*An Assessment on the Development of Gender Responsive
Budgeting in the World and in Turkey*

Vuslat GÜLDAŞ¹ & H. Işıl ALKAN²

¹(Yüksek Lisans Öğrencisi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi,
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı,
E-mail: vuslatguldass@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4225-4343

²(Doç. Dr.), Ondokuz Mayıs Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İktisat Politikası Ana Bilim Dalı,
E-mail: isilalkan@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1437-1967

1. Giriş

Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme anlayışı bütçe süreçlerine toplumsal cinsiyet perspektifi ile bakmayı amaçlayan bir yaklaşım olarak ön plana çıkmaktadır. Dünya nüfusunun yarısını kadınlar yarısını da erkekler oluşturduğuna göre bütçelerin cinsiyet körü hazırlanmaması, farklı öncelik ve ihtiyaçları gözetmesi gerekmektedir. Zira, cinsiyet körü olarak hazırlanan bütçeler farklı ihtiyaçlara cevap verememekte ve var olan toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini daha da derinleştirebilmektedir. Bu bakımdan, toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme gelir ve harcamaların toplumsal cinsiyet eşitliğini gözetecek biçimde tahsisini öngören bir yaklaşım olarak da değerlendirilebilir.

Türkiye pek çok alanda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yoğun olarak yaşandığı ülkelerden biridir. Söz konusu durum ülkenin büyümesine ve kalkınmasına engel olmakta, ülkede var olan kapasitenin yeterince değerlendirilememesine, milli hasılanın potansiyelin altında gerçekleşmesine yol açmaktadır. İşte tam da bu noktada, toplumsal cinsiyete duyarlı bütçe uygulamalarının geliştirilmesi ve uygulanması ülke açısından önem arz etmektedir. Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme ile kamu kaynaklarının etkin kullanımının önü açılacak dezavantajlı grupta yer alan kadınların iktisadi, sosyal ve siyasal hayata daha fazla katılımı sağlanacak ve refah artırılabilecektir. Bu çalışmada toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme kavramı, amaçları ve faydaları ele alınmış ardından dünyada farklı ülke örnekleri ve Türkiye özelinde toplumsal cinsiyete duyarlı bütçe uygulamalarının gelişimi irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışma, bulguların özetlendiği ve konuyla ilgili politika önerilerinin geliştirilmeye çalışıldığı sonuç bölümüyle sonlanmaktadır.

2. Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme Kavramı, Amaçları ve Faydaları

Türkiye'deki ilgili mevzuat incelendiğinde bütçe, belirli bir döneme ilişkin olarak gelir ve gider tahminlerini ortaya koyan bunların uygulanması ile ilgili detayları açıklayan belge olarak tanımlanmaktadır (KMYKK, 2003).

Bütçeler genellikle hükümetlerin ekonomik ve politik önceliklerini yansıtmaktadırlar. Bütçe sistemleri zamanla ülkeden ülkeye çeşitlilikler göstererek farklı normlarda uygulanmıştır. Örneğin geleneksel bütçe, performans bütçe, program bütçe, fonksiyonel bütçe gibi bütçe sistemleri mevcuttur. Cinsiyet bütçesi ise farklı bir bütçe türüdür ancak bu bütçe türünü de kadınlar için özel olarak düzenlenmiş bir bütçe olarak değerlendirmemek gerekir. Cinsiyet bütçesinde amaç kamu gelir ve harcamalarını cinsiyet ekseninde değerlendirmek, ilgili gelir ve harcamaların erkekler, kadınlar ve çocuklara olan etkilerini ve bunların sonuçlarını ortaya koymaktır. Bu politikaların en önemli misyonunu toplumda yerleşik bulunan toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri üzerinde yaratılacak etkiler oluşturmaktadır. Bilindiği üzere, bir toplumda kadınların ve erkeklerin sorumlulukları ve rolleri birbirinden farklıdır. Cinsiyet nötr perspektifle hazırlanan bütçelerin ise kadınlar ve erkekler üzerinde farklı etkiler yaratacağı açıktır. Kadınlar ve erkekler farklı ihtiyaçlara sahip olduğundan bütçe hazırlanmasında ilgili hususlara dikkat etmek oldukça önem arz eder (Meriç, 2007, s. 59).

Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme yaklaşımı, cinsiyet körü bütçelemeye tepki olarak kadınlar ve erkekler arasında farklılıkların olduğunu kabul edip ayrıca kadınların ve erkeklerin kendi aralarında da farklılıklar olabileceği bakış açısına sahiptir. Bu sebeple bu yaklaşıma göre mevcut bütçeleme sistemlerinin bu farklılıkları dikkate almadan tasarlanması sadece kadınlar açısından değil toplum açısından da mevcut eşitsizliklerin güçlenmesine ve cinsiyet eşitsizliklerinin daha yerleşik bir hale gelmesine neden olacak, kamu kaynaklarının kullanılmasında etkinlik kaybına yol açacak bütçe süreçlerine yetersiz katılım ve temsil problemi gibi olumsuzlukların önünü açabilecektir. Kadınların hane içi sorumlulukları yani hane içinde üstlenmiş oldukları temizlik, yemek, çocuk, hasta, yaşlı, engelli bakımları gibi faaliyetler kadınların ev dışına çıkıp kamu hizmetlerinden yararlanmalarını zorlaştırmaktadır. Çocuk bakımı için kreş imkanlarının az olması, yaşlı bakımı için huzur evlerindeki sayının yetersiz kalması, engelli bakımları için rehabilitasyon merkezlerinin sınırlı olması genel ifadeyle kamu hizmetlerinin yetersizliği kadının hane içi emeğinin yoğunlaşmasına, iş yükünün artmasına, cinsiyet eşitsizliğinin güçlenmesine yol açmaktadır (KEFEK, 2014, ss. 1-5). Altını çizmek gerekir ki hane içi işlerin (temizlik, bulaşık, çamaşır gibi) yanında özellikle bakım işlerinin yoğunluğu kadının işgücü piyasasının dışında kalmalarının en önemli nedenlerinden biridir. Bakım işleri kadının işgücü piyasasına girmesini engelleyen bir faktör olmakla beraber aynı zamanda kadınların istihdamdan çekilmesinin de başlıca sebeplerindendir (Öztürk, 2011). Kadının küçük çocuğunun ya da çocuklarının bulunması, hane içinde bakıma muhtaç bir hastanın ya da yaşlının var olması kadının işgücüne katılımında belirleyici etkenlerdendir. Konuya ilişkin olarak Türkiye'de yapılan bir araştırmada hanedeki çocuk sayısının kadının işgücüne katılımı üzerinde belirleyici olduğu, özellikle hanede bulunan 0-14 yaş arası çocuk sayısının kentsel alanda kadının işgücüne katılımını olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur (Dayıoğlu ve Kırdar, 2010, s. 41). Başka bir çalışmaya göre de ev işleri, çocuk bakımı ve erkeklerin kadınlardan hizmet beklentisi de kadının çalışma yaşamına dahiliyetinde önemli rol oynamaktadır (Eyüpoğlu, 2000, s. 149).

Kamu altyapı yatırımlarının yetersizliği de kadının hane içi iş yükünü artıran önemli bir faktördür. Yapılan bir çalışma Hindistan'da kamu altyapı yatırımlarının yetersizliğinin ülkede kadınların refahını olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. İlgili ülkede, örneğin su yatırımlarının yetersizliği, kadınların su temini ve taşımasına ayırdıkları zamanı önemli ölçüde artırmakta, kadının hane içi iş yükünü ve ücretsiz emeğini yoğunlaştırmaktadır. Aynı

çalışmaya göre söz konusu altyapı yatırımlarındaki artış kadınların gelir getirici işlerde bulunma sıklığını artırıp refahlarını yükseltebilecektir. Pek çok gelişmekte olan ülkede özellikle kırsal alanda altyapı hizmetlerinin yetersizliği, kız çocuklarının eğitim hayatının sonlanmasına neden olmakta ve kadınları yoksulluk girdabına itmektedir. Kırsalda köylerin genellikle okula uzak olması, yolların güvensizliği ve ulaşım araçlarının yetersizliği gibi nedenlerden ötürü kız çocukları eğitime erişememekte ya da sınırlı eğitim alabilmektedir (FAO, 2010, ss. 91-92) Toplumda yerleşik ataerkil kabuller ve kamu hizmetlerinden uzaklık da kadınların hane içi yüklerini artıran önemli unsurlardandır. Özellikle ataerkil düşünce yapısının hegemon olduğu dünyanın pek çok bölgesinde eğitim hakkı öncelikle erkek çocuğa tanınmakta, kız çocukları farklı gerekçelerle okula gönderilmemekte, yetişkin kadınlar ise meslek edindirme kursları gibi gelecekte gelir getirici faaliyetlere katılamamaktadır. Günümüzde en modern şehirlerde dahi kadınlar geç saatte bitecek bir konsere veya tiyatroya gidememekte, yetersiz ulaşım ve asayiş hizmetleri nedeniyle pek çok kamu hizmetinden yararlanamamaktadır. Kadınların işgücü piyasasında sınırlı ölçüde yer almaları, işgücü piyasasında ayrımcılığa maruz kalmaları ve önemli ölçüde sosyal güvencesiz istihdam edilmeleri de kadınları eşlerine ya da babalarına bağımlı konumda bırakmakta, kadınları önemli ölçüde yoksullaştırmaktadır. Sosyal güvenlik sistemleri ağırlıkla erkeği merkeze alan, kadın ve çocukları “bakmakla yükümlü kılınan” kategoriye dahil eden niteliktedir ve günümüzde sosyal güvenlik sistemlerine transferler, bütçenin en mühim kalemlerinden biridir (KEFEK, 2014, ss. 3-5).

Toplumsal cinsiyet temelli bütçeler; erkekler ve erkek çocuklarla kadınlar ve kız çocukları için yapılan harcamalar ile gelirlerin etkilerini ve sonuçlarının belirlenmesini ifade etmektedir. Cinsiyete duyarlı bütçeleme, kadın ve erkekler arasındaki harcamaların ve gelirlerin nasıl dağıldığı, kaynakların cinsiyete dayalı dağılımı için kısa ve uzun vadede çıkarımlarının neler olduğu, harcamaların ve gelirlerin kadın ve erkeklerin ücretli/ücretsiz çalışmaları üzerindeki etkisinin ne olduğu ve uygulanan politikaların toplumsal cinsiyet normlarını ve rolleri nasıl etkilediği gibi sorulara cevap aramaktadır (Rake, 2002, s. 3).

Cinsiyete duyarlı bütçelemede temel sorun kadın ve erkeğe sayısal olarak aynı miktarda kamu harcamasının tahsisi değildir. Dikkat çekilen esas nokta gerçekleştirilen harcamaların kadın ve erkeklerin ihtiyaçlarına göre yapılmış olup olmadığı ve bu harcamaların ihtiyaçları karşılayıp karşılayamamasıdır (Bellamy, 2002). Önceden de vurgulandığı üzere kadınların ve erkeklerin ihtiyaçları, tercihleri, faydalandıkları kamusal mal ve hizmetler farklıdır ve

kamu harcama kaleminin ilgili farklılıkları gözetecek biçimde oluşturulması gerekir. Toplumsal cinsiyete duyarlılıktan yoksun bir şekilde hazırlanmış olan bütçe, kaynak kullanımında etkinlik kayıplarına neden olmaktadır. Kamu hizmetlerinin sunulmasında kadınların ve erkeklerin ihtiyaçlarındaki farklılıklar dikkate alınmadığında düşük verimlilik, düşük hasıla, hayat kalitesinde düşüş gibi dolaylı ve dolaysız maliyetler ortaya çıkmakta, ilgili maliyetler hem topluma hem de devlete ilave yük yaratmaktadır. Kamu hizmetlerinin sunulmasında kadın ve erkeklerin ihtiyaçlarının tam olarak belirlenmesi bu anlamda israfın önlenmesi, kamu harcamalarında verimlilik ve etkinlik için de esastır (Genç, 2010, ss. 41-42).

Kaynakların kadınlar ve erkekler arasında adaletli bir biçimde dağıtılmasını politika hedefi haline getiren toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme anlayışı, bu niteliğiyle toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına, kadınlarda daha şiddetli görülen yoksulluk sorunuyla mücadeleye, ekonomik üretkenliğin yükseltilmesine, toplumsal cinsiyet eşitliği kapsamında yapılan harcamaların açıklanmasıyla hesap verilebilirliğin ve şeffaflığın artırılmasına, politika hedeflerinin gerçekleşmesinin takibine, iyi ve demokratik yönetişime önemli katkılar sunmaktadır (Klatzer, 2012, ss.12-15).

3. Dünyada Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçelemenin Gelişimi; Farklı Ülkeler Bağlamında Değerlendirme

Cinsiyete duyarlı bütçelemenin gelişiminde dünya çapında gerçekleşen Kadın Konferanslarının katkısı yadsınamaz. Bu çerçevede düzenlenen ilk konferans, 1975'te Mexico City'de Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenmiş olan ve dünyada kadın sorunlarının ilk defa uluslararası düzeyde görüşüldüğü Birinci Dünya Kadın Konferansıdır. Konferansın temel hedefi eşitlik, kalkınma ve barıştır. Bu hedeflere ulaşmak için 1975-1985 arası dönem "Kadın On Yılı" olarak adlandırılmıştır. Konferansta, cinsiyet ayrımcılığının ortadan kaldırılması vurgulanmış ve kadının olmadığı bir kalkınma sürecinin gerçekleştiremeyeceğine dair görüşler ortaya atılmış, kadının dünya barışına daha fazla katkı yapması gibi hedefler belirlenmiştir. Ayrıca kadının ilerlemesi için Araştırma ve Eğitim Enstitüsü (INSTRAW) kurulmuş ve kadınların taleplerini karşılamak amacıyla BM Kadın İçin Kalkınma Fonu (UNIFEM) oluşturulmuştur. İkinci Dünya Kadın Konferansı ise 1980 yılında Kopenhag'da geçen beş yılın değerlendirmesini yapmak üzere toplanmıştır. Konferansta kadınların daha iyi bir konuma gelebilmeleri için bir hareket planı kabul edilmiş, eğitimde istihdam fırsatlarında

ve sağlık hizmetlerinde eşitlik gibi temel hedefler tespit edilmiştir. Ayrıca 1979 yılında Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Ortadan Kaldırılması Sözleşmesi (CEDAW) kabul edilmiştir. 1985 yılında Nairobi’de düzenlenen Üçüncü Dünya Kadın Konferansında kadınlara yönelik yapılan iyileştirmelerin sınırlı sayıda kadını kapsadığı görülmüş ve eşitlik, kalkınma ve barış konularının gözden geçirilmesi ve tekrardan değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Kurucu ve yasal adımlar, sosyal katılımı eşitlik, siyasi katılım ve karar almada eşitlik anılan konferans bağlamında hayata geçirilmesi gereken önlemler olarak sıralanmıştır. Dördüncü Dünya Kadın Konferansı ise 1995 yılında Pekin’de toplanmıştır. Bu konferansta cinsiyete duyarlı bütçeleme konusunda kesin hükümler ele alınmıştır. Konferans sonunda Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu isimli iki belge kabul edilmiştir. Pekin Deklarasyon ile birlikte hükümetlere kadının güçlenmesi ve ilerlemesi, toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi ve toplumsal cinsiyet perspektifinin ana politika ve programlara yerleştirilmesi gibi hususlarda sorumluluk verilmiştir (KSSGM, 2000, ss. 1-3). Eylem Platformu ise “kadının ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi karar alma pozisyonlarında yer almalarını, kadının özel ve kamusal alana tam ve eşit katılımının önündeki engellerin kaldırılmasını, kadının sosyal, eğitim ve sağlıkla ilgili ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kamu harcamalarının yeniden tahsis edilmesini, kadına özel sağlık ihtiyaçları için bütçe tahsis etmeyi, kadına karşı şiddetin ortadan kaldırılması için ve kadın ve kız çocuklarının eğitimi için bütçeden yeterli kaynak ayrılması gerektiğini ifade etmektedir” (KSSGM, 2000, ss. 2-3).

Küresel çabalar dünyada toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin gelişimini önemli ölçüde etkilemiş olsa da dünyada toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin gelişiminin ülkeden ülkeye belirgin farklılıklar gösterdiğinin altını çizmek gerekir. Bu bölümde dünyada toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin gelişimi seçilmiş ülkeler özelinde açıklanmaya çalışılacaktır.

3.1. Avustralya

Dünyada ilk kez “kadın bütçesi” uygulamasını hayata geçiren ülke Avustralya olmuştur. 1984 yılında Avustralya’da federal düzeyde kurumsallaşmış olan bu uygulama dünyada toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin ilk örneğini oluşturmaktadır. Ülkede, 1987 yılından itibaren ilgili uygulama bütçe süreçlerinde daha resmi şekilde uygulanmıştır. Başlangıçta kadınların statüsünü yükseltecek bütçe aktarımları sınırlı miktarlarda olmuş ve daha çok işgücü piyasasındaki katmanlaşmaya odaklanılmıştır. İşgücü piyasasındaki

programların kadınları daha fazla kapsamaları esas alınmış, kadının ödenmeyen emeği bilhassa da bakım emeği tanınmıştır. Diğer yandan, tekstil gibi sanayi kollarında kadınların orantısız emeğine de vurgu yapılmıştır. 1985 yılındaki Güney Avustralya bütçesi kadınların dezavantajlı konumlarına dikkat çekmiş ve cinsiyet nötr bütçe uygulamalarının cinsiyetler bağlamında farklı etkiler yarattığını öne sürmüştür. Bütçeleme süreçlerinde kadın istihdamını sağlama gibi kadınlar için oluşacak çıktılara odaklanmıştır. Viktorya eyaleti de benzer bir yaklaşımı benimsemiş ancak kadın bütçesini normal bütçede göstermeyi tercih etmemiştir. Söz konusu uygulamalar bu yöndeki uluslararası çabaları da teşvik etmiştir (Stotsky, 2006, ss. 25-26).

Kadın bütçesi programları 1985 yılında Güney Avustralya'da, Batı Avustralya'da ve Yeni Güney Galler'de, 1986 yılında Viktorya'da, 1989 yılında Avustralya Başkent Bölgesinde, 1991 yılında Queensland'da, 1991 yılında Tazmania'da ve 1993 yılında Kuzey Bölgesi olmak üzere altı eyalet ve iki bölgede yürürlüğe girmiştir (Sharp ve Broomhill, 2002:27). Ne var ki ilgili girişimler hem federal hem de ulusal düzeyde fazla başarılı olamamış 2000'li yıllara gelindiğinde bu uygulamalar daha ziyade ülkenin kuzey bölgesi ile sınırlı kalmıştır (Stotsky, 2006, s.26).

3.2. Güney Afrika

Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme uygulamalarını hayata geçirme hususunda erken davranan ülkelerden biri de Güney Afrika'dır. İlgili ülkede 1994 yılında demokratik yaşama geçilmesiyle birlikte toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme uygulamaları hayata geçirilmeye başlanmıştır (SAG, 2023). Ülkede "Kadın Bütçesi" girişiminin temelleri Şubat 1994'te kadının gündeme alınmasına özel vurgu yapan Afrika Ulusal Konferansı ile atılmıştır. Ülkede ilk kadın bütçesi 1996 yılında hayata geçmiş ve ilgili tarihten itibaren ülkede uygulanacak programların kadının statüsünün yükseltilmesinde nasıl etkiler yaratacağı incelemeye alınmıştır (Braxton, 2007, s. 2). Ülkedeki kurumsal yapı içinde yer alan Kadın, Gençlik ve Engelliler Daire Başkanlığı ilgili uygulamaları geliştirmek ve hayata geçirmekle sorumlu tutulmuş toplumsal cinsiyete duyarlı uygulamaların planlanması, bütçelenmesi, izlenmesi, değerlendirilmesi ve denetimi 2019 yılında Kabine tarafından onaylanmıştır. Ülkede hayata geçirilecek sosyal ve ekonomik politikalar toplumsal cinsiyetçi bakış açısı ile irdelenmekte, cinsiyet nötr politikaların cinsiyet eşitsizlikleri içereceğine inanılmaktadır (SAG, 2023). Güney Afrika söz konusu uygulamalar ile ülkede toplumsal cinsiyet eşitsizliğini törpülemeyi görece başarmış ve kadının

ekonomik ve siyasal hayata katılımı, sağlığa ve eğitime erişimi gibi alt unsurları olan Küresel Cinsiyet Açığı İndeksinde 2023 yılında pek çok gelişmiş ülkeyi geride bırakarak 146 ülke arasında 20. sıraya yerleşmeyi başarmıştır (WEF, 2023).

3.3. İsveç

Dünyada toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik politikalarda önemli ilerleme kaydetmiş olan ve toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme konusunda öncü olan ülkelerden biri de İsveç'tir. Bütçe sürecine toplumsal cinsiyet perspektifini başarıyla entegre eden ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini törpüleyecek biçimde toplumsal cinsiyete duyarlı politikaların önünü açan İsveç, bu anlamda OECD ülkeleri arasında da öncüdür. İsveç, 1994 yılından başlayarak toplumsal cinsiyet eşitliği alanındaki politikalarını hızlandırmış 2002 yılında da bütçe sürecini bu ekseninde ele almaya başlamıştır. Ülkede 2014 yılında seçilmiş olan hükümet kendisini “Feminist Hükümet” olarak tanımlamış, cinsiyete dayalı bir bütçeleme programı oluşturacaklarını başbakan vesilesi ile meclise sunmuştur. 2016 yılından bu yana İsveç'te yıllık bütçe, cinsiyete duyarlı uygulamaları içermektedir (OECD, 2017). Küresel Cinsiyet Açığı İndeksine göre 2023 yılında 146 ülke içinde 5. sırada olan İsveç, kadın hakları ve eşitlikçi uygulamalar açısından dünyanın imrenilen ülkelerindedir (WEF, 2023).

3.4. Fransa

Fransa'da toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin simgesi “Sarı Bütçe”dir. İsmi 1999 yılında 2000 yılının Mali Bütçesi onaylanırken basılı olduğu kâğıdın renginden alan Sarı Bütçe, kanuni temeli olan ve toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın haklarını geliştirmeyi amaçlayan bir resmî belge niteliğindedir. 2000 yılından bu yana Fransa'da Mali Bütçe'nin yanında Sarı Bütçe de hazırlanmakta ve toplumsal cinsiyet eşitliği ile kadın haklarının geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Anılan bütçede pek çok farklı alanda toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik harcamalar ve ödenekler yer almakta; eğitimden spora, tarımdan sağlığa pek çok alanda devletin yatırımları ve girişimleri detaylı olarak belirtilmektedir (Philippe-Raynaud, 2001, ss. 136-137).

Sarı Bütçe raporu ile kadın hakları ve cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan kamu harcamalarının etkin biçimde kullanılıp kullanılmadığı da izlenebildiğinden, bu rapor aynı zamanda yasama organı için bir izleme aracı olarak değerlendirilmektedir. Fransa'da her bütçe tasarısına eklenen bu

belge, aynı zamanda ülkede toplumsal cinsiyet eşitliğini tesis etmeye yönelik faaliyetleri düzenleyici bir mekanizma olarak da görülebilir (Genç, 2010, s. 56).

3.5. Ruanda

Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme konusunda ilk çalışmalarını başlatan ülkelerden bir tanesi de Ruanda'dır. Ülkede 1994 yılında yaşanan soykırım toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini önemli ölçüde artırmış, 1999 yılına gelindiğinde ülkenin Başkanı Paul Kagame, ilgili eşitsizliklerin hem toplumsal adaletsizliği artırdığını hem de kalkınmanın önünde önemli bir engel olduğunun altını çizmiş ve bu alanda önemli çalışmalar yapmaya başlamıştır. **Ülkenin siyasi yapısına bu bilincin yerleşmesiyle birlikte** 1999 yılında Ruanda'da toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama ve teşvik etme misyonuyla Kalkınmada Cinsiyet ve Kadın Bakanlığı kurulmuştur. Yine ülkede, Ruanda Toplumsal Cinsiyet Bütçesi Girişimi (Rwanda Gender Budgeting Initiative) adıyla oluşturulan girişim hükümetin toplumsal cinsiyet eşitsizlikleriyle mücadele etme hususundaki siyasi kararlılığını yansıtmaktadır. Söz konusu girişim kapsamında ülkede kapsamlı reformlar hayata geçirilmiş; Vizyon 2020, Orta Vadeli Harcama Programı, Toplumsal Cinsiyet Politikası ve Hareket Planı ile birlikte ülkede toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini gidermeye yönelik stratejik adımlar atılmıştır. Ruanda Toplumsal Cinsiyet Bütçesi Girişimi Maliye Bakanlığı ile iş birliği içinde çalışmış Birleşik Krallık Uluslararası Kalkınma Ofisi (DFID) tarafınca da fonlanmıştır (Diop-Tine, 2002, ss. 118-119). Söz konusu uygulamalar, Ruanda'daki toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini önemli ölçüde azaltmış ve gelişmekte olan bir ülke olmasına rağmen ülkeyi Küresel Cinsiyet Açığı İndeksi sıralamasında 12. sıraya taşımıştır. Ruanda ilgili konumu ile pek çok ülkeyi arkasında bırakmıştır (WEF, 2023).

4. Türkiye'de Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçelemenin Gelişimi

Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltma gayretlerinin hayata geçmesi ağırlıklı 1990'lı yıllara tekabül etmektedir. Esasen, Türkiye'de kadın-erkek eşitliğine yönelik kamusal alanda ilk örgütlenme 1987'de Devlet Planlama Teşkilatına bağlı Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Kadına Yönelik Politikalar ve Danışma Kurulu'dur. İlgili oluşumu takiben, Kadına Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi (CEDAW) çerçevesi ve 1985 yılında gerçekleşen Üçüncü Dünya Konferansı paralelinde kadınları sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel anlamda güçlendirecek uygulamaların

gerçekleştirilebilmesi maksadıyla 20 Nisan 1990'da günümüzdeki adı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) olan Kadının Statüsü ve Sorunları Başkanlığı kurulmuştur (TCBKSGM, 2008: 6). Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü 2011 yılında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı çatısı altına alınmış, 2018 yılında ise Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının birleştirilmesiyle oluşturulan Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı çatısı altına girmiştir. Günümüzde Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı çatısı altında faaliyet gösteren sekiz genel müdürlükten biridir (TCASHB, 2023).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğünün görevleri; kadına karşı yapılan ayrımcılıkları önlemek, kadını ekonomik, sosyal, kültürel alanda etkin bir konuma getirmek, kadının eğitim seviyesini yükseltmek, kadının kendisine kanunlarla verilen hak ve fırsatlardan faydalanmasını sağlamak, kadına karşı her türlü şiddet, taciz ve istismarı önlemek, kadın ve erkek eşitliğinin sağlanmasının bir toplumsal kalkınma sorunu olduğu yönünde halkı bilinçlendirmek amacıyla yapılacak çalışmalara destek vermek, stratejiler geliştirmek, plan ve program oluşturmak, sivil toplum kuruluşları, sendikalar, kamu ve özel sektör yetkilileri, uluslararası kuruluşlar, alanında uzman kişiler ve akademisyenler ile işbirlikleri yapmak gibi faaliyetleri içermektedir (TCBKSGM, 2008, ss. 6-7).

Türkiye'de özellikle 2000'li yılların başından itibaren ulusal mevzuatta önemli değişiklikler yapıldıysa da ilgili değişikliklerin daha ziyade kadının çalışma hayatında sahip olduğu hakları güvence altına alacak değişiklikler niteliğinde olduğu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik yapılan bu mevzuat değişiklikleri için ödeneklerde tam anlamıyla toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme anlayışı görülemez de izlerini görmek mümkündür. Bu bağlamda bu çerçevedeki ilk başarılı uygulama 2001 yılında Dünya Bankası tarafından yürütülen Sosyal Riski Azaltma Projesi (SRAP) ile başlangıç yapan ve 2003 yılına gelindiğinde ülke genelinde yaygınlaştırılan Şartlı Nakit Transferi uygulamasıdır. Şartlı nakit transferi, ülkenin en yoksul %6'lık kesimine eğitim ve sağlık hizmetlerinden faydalanabilmeleri için belirli miktarda ödeme yapmayı öngören bir uygulamadır. Şartlı nakit transferi sağlık transferi ve eğitim transferi olmak üzere iki farklı bileşenden oluşmaktadır. Sağlık transferi uygulaması genel olarak 0-6 yaş arası çocukları ve gebe kadınları düzenli sağlık kontrollerinden faydalandırmayı hedefleyen bir uygulamadır. Ayrıca ilgili uygulama kapsamında gebe kadınların doğumlarını hastanede gerçekleştirebilmesini sağlamak amacıyla kendilerine ayrıca bir ödeme de yapılmıştır. Eğitim transferi ise yoksulluk nedeniyle çocuklarını okula gönderemeyen ailelere "çocukların

okula devam etmesi” şartıyla yapılan bir yardımdır. İlgili uygulama kapsamında kız çocukları için tesis edilen yardım miktarı erkek çocuktan daha yüksek tutulmuş ve ödemelerin annelere yapılması öngörülmüştür. Şartlı eğitim transferlerinin etkinliğine yönelik yapılan çalışmaların gösterdiği üzere ilgili uygulamalar amacına ulaşmıştır. Zira söz konusu çalışmalarla, şartlı eğitim transferi uygulamalarının yardım alanlarda devamsız gün sayısını azalttığı, kız çocuklarında devamsız gün sayısındaki azalışın daha yüksek olduğu, bilhassa kırsal kesimde devamsızlığın önemli ölçüde düştüğü saptanmıştır (KEFEK, 2014, s. 24; TCASPB, 2012).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin geliştirilmesini hedefleyen pek çok toplantı düzenlemiş ve düzenlenen pek çok uluslararası toplantıya da katılmıştır. Kadının Statüsü Komisyonunun 25 Şubat-7 Mart 2008 tarihleri arasında New York'ta düzenlemiş olduğu 52. dönem toplantısında toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemeye özel vurgu yapılmış, kalkınma stratejilerine toplumsal cinsiyet eşitliğinin yerleştirilmesinin önemi üzerinde durulmuştur (KEİG, 2008). KSGM'nin katıldığı uluslararası toplantıların bazıları ise 2011 yılında düzenlenen Yirmi birinci Küresel Kadın Zirvesi ve Müslüman Toplumlarında Değişim ve Kadının Rolü Konferansı, 2012 yılında düzenlenen CEDAW Kadın Hakları İçin 30 Yıllık Çaba, 2013 yılında düzenlenen Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele – Kapasite ve Altyapı Geliştirme İkili Uzman Toplantısı olarak sıralanabilir. KSGM ve Hollanda Sosyal İşler ve İstihdam Bakanlığınca ortaklaşa yürütülen ve Avrupa Komisyonunun mali destek verdiği Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Eşleştirme Projesi kapsamında hazırlanan Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008-2013, Türkiye'de toplumsal cinsiyete duyarlı bütçelemenin uygulanması için Maliye Bakanlığı ile eş güdümlü olarak çalışmaların başlatılmasını kadını güçlendirecek önemli bir strateji olarak benimsemiştir. Bu çalışma ile toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme çalışmalarında Maliye Bakanlığı sorumlu kuruluş olarak gösterilmiştir (KSGM, 2008).

Konu kalkınma planları bağlamında incelendiğinde “Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme” ifadesinin ilk kez 2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planında yer bulduğu göze çarpmaktadır. İlgili çalışmada “Aile ve Kadın” başlığı altında izlenmesi öngörülen politikalardan biri “*Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme konusunda farkındalık oluşturulacak ve örnek uygulamalar geliştirilecektir*” şeklindedir. Son kalkınma planı yani 2024-2028 yıllarını kapsayan On İkinci Kalkınma Planında da eşitliğe duyarlı bütçeleme çalışmalarının altı çizilmiş ve “Kadın” başlığı altında izlenmesi

öngörülen politikalarından biri de “*Kadın erkek fırsat eşitliğine duyarlı bütçeleme çalışmaları yaygınlaştırılarak bütçeleme süreçlerine entegre edilecektir*” olmuştur (TCCSBB,2023).

Devlet bütçeleri toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltma konusunda önemli bir politika aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak yerel düzeyde belediyelerin ve il özel idarelerinin sınırları içerisinde kalan vatandaşların toplumsal cinsiyet eşitsizliği konusunda yaşamış olduğu olumsuzlukları merkezi yönetime göre daha kolay tespit edebilmesi ve iyileştirme yapılacak kişilerin tespitini daha hızlı gerçekleştirebilmesi gibi olanakların varlığından ötürü toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme konusunda etkinliğin sağlanabilmesi için belediyelere ve il özel idarelerine büyük görevler düşmektedir. Nitekim Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) kapsamında 2013 yılında Toplumsal Cinsiyet Çalışma Grubu Raporu yayınlanmıştır. Bu raporda yerel yönetimlerin toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme süreci ile ilgili ayrıştırmış bütçe kalemlerine sahip olması gerektiğinin altı çizilmiş yerel yönetimlerin ortaya koyacakları plan, politika ve projelerde toplumsal cinsiyet eşitliğini hesaba katan bir anlayış benimsemeleri gerektiği ifade edilmiştir. Özellikle yerel politika belirleniminde ve uygulamasında kadın ve erkek arasındaki farklılıkların dikkate alınması ve ilgili farklılıklar nedeniyle ortaya çıkacak farklı ihtiyaçlara dikkat edilmesinin gereği de vurgulanmıştır (TCKB, 2013). Bu kapsamda günümüzde çeşitli belediyeler konuyla ilişkili çeşitli plan ve politikaları hayata geçirmeye çalışsa da ilgili belediyeler sayıca azdır ve yerel düzeyde söz konusu politika ve faaliyetlerin artırılması gerekmektedir. Kısaca, toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme uygulamasının başarılı olabilmesi için farklı kurum ve kuruluşlar arasında eşgüdümün sağlanıyor olması gerekmektedir. Uygulama, Maliye Bakanlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve farklı kamu kurum ve kuruluşlarının çabaları ile ilerleme kaydedebilir. Sadece kamu kurum ve kuruluşları değil sivil toplum örgütlerinin bu husustaki gayreti de ilgili anlayışın sahiplenilmesi ve uygulama alanı bulmasında önem arz etmektedir. Uygulamanın başarısında önemli olan bir diğer faktör de yeterli veri desteği ve ölçümdür. Yeterli verisi bulunmayan ve doğru olarak ölçülemeyen bir eşitsizlik durumu için bir politika oluşturabilmek oldukça güçtür (Göğüsdere, 2019, s. 35).

5. Sonuç

Toplumsal cinsiyet eşitliğinin kalkınma açısından öneminin fark edilmesiyle birlikte hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler ilgili yönde **çeşitli** çabalar ortaya koymaktadırlar. Toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme

anlayışı da bu çabalardan biri olup bir ülkede kadını güçlendirmenin en etkili yollarındandır. Türkiye, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini giderme yönündeki çabalarını daha ziyade 1990'lı yıllarla birlikte hayata geçirmeye başlamıştır. 1990 yılında kurulmuş olan Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü bu anlamda önemli bir teşkilatlanma olmuş, ülkede kadına yönelik ayrımcılıkla mücadeleyi ve farklı alanlardaki toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini törpülemeyi amaçlamıştır. Ancak, küresel verilerin de ortaya koyduğu üzere bu alanda yeterli başarı elde edilememiştir. Nitekim, 2023 yılı Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporunda da belirtildiği üzere Türkiye, 146 ülke arasında 129. sıradadır. İktisadi hayata katılım ve fırsatlara erişim açısından bakıldığında ise Türkiye'nin aynı rapor uyarınca 146 ülke arasında 133. sırada olduğu görülmektedir (WEF, 2023).

Hükümetlerin ekonomik ve siyasi önceliklerini yansıtan bütçeler, ülkeden ülkeye farklılaşırlar. Bu bağlamda cinsiyet nötr anlayışıyla hazırlanmış bütçelerin farklı öncelik ve ihtiyaçlara sahip olan kadınların ve erkeklerin gereksinimlerini karşılamada başarısız olacağı açıktır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yoğun olduğu Türkiye'de toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme anlayışının da fazla gelişmediği görülmektedir. Söz konusu anlayış daha ziyade KSGM'nin hedeflerinden biri olarak görülmüş, devlet politikalarına fazlaca yansımamış ve kalkınma planlarına dahi son yıllarda girebilmiştir. Ülkede toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini giderebilmek ve kadın ile erkeğin eşit hak ve fırsatlardan yararlanabilmesini sağlamak için ilgili anlayış daha fazla sahiplenilmeli ve öncelikli politikalardan biri haline getirilmelidir. Fransa ve İsveç gibi gelişmiş ülkelerin bu alandaki çalışma ve başarıları göz önünde bulundurulmalı, gelişebilmek için ilgili ülkelerin hayata geçirdiği uygulamalardan ders alınmalıdır. İlaveten Türkiye'de toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme uygulamaları kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları gibi farklı oluşumların çabaları desteklenmeli, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ölçümünde yeterli veriye ulaşabilmenin ve doğru ölçümün önü açılmalıdır.

Kaynakça

Bellamy, K. (2002). Gender Budgeting (A Background paper for the Council of Europe's Informal Network of Experts on Gender Budgeting) . Council of Europe.

Braxton, G. (2007). Gender Budgeting as a tool for poverty reduction: Concepts, practices and capacity implications, the case of South Africa. (Erişim tarihi 12.11.2023)

<https://elibrary.acbfpact.org/acbf/collect/acbf/index/assoc/HASH0b15/d828f4cf/9f7535ac/52.dir/File%20032.pdf>

Dayıoğlu, M. ve Kırdar, M. (2010). Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımlarında Belirleyici Etkenler ve Eğilimler, Dünya Bankası, No:75467.

Diop-Tine, N. (2002). Rwanda: Translating government commitments into action. (Erişim tarihi 12.11.2023)

<https://www.thecommonwealth-ilibrary.org/index.php/comsec/catalog/download/835/835/6822?inline=1>

Eyüpoğlu, A. (2000). Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo- Ekonomik ve Kültürel Boyutları, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

FAO, 2010. Gender Dimensions of Rural and Agricultural Employment: Differentiated Pathways Out of Poverty. FAO&IFAD&ILO Publications.

Genç, M. (2010). Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme ve Kamu Hizmetlerinde Etkinlik. Sayıştay Dergisi(77), s. 33-62.

Göğüsdere, C. (2019). Türkiye’de Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme: Kamu Kurumları, Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kanunlar Özelinde Bir İrdeleme, Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi, 3-1: 25-37 DOI: 10.26695/mukatcad.2019.23

KEFEK, 2014. Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme Komisyon Raporu, TBMM Kadın ve Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu, Ankara:TBMM Basımevi.

KEİG, 2008. Kadının Statüsü Komisyonu (KSK) 52. Dönem Toplantısına İlişkin Rapor (Erişim tarihi 11.11.2023)

https://www.keig.org/wp-content/uploads/2016/03/BM_Kadının_Statusu_Komisyonu_KSK_52_Donem_Toplantısına_Iliskin_Rapor_2008.pdf

Klatzer, E. (2012). Yerel Yönetimlerde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Bütçeleme Kılavuzu. TESEV.

KMYKK, (2003). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5018&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> (Erişim tarihi 18.08.2023)

KSGM, 2008. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008–2013 (Erişim tarihi 01.10.2023)

<https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/bitstream/handle/1/110/ekutuphane3.4.1.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

KSSGM, (2000). TC Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü “Kadın 2000: 21. Yüzyıl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Kalkınma ve Barış” (Pekin +5) Başlıklı Birleşmiş Milletler Genel Kurul Özel Oturumunun

Hazırlık Dönemi ve Sonuçları Hakkında Özet Bilgi, Ankara. (Erişim tarihi 01.10.2023)

<https://ekutuphane.aile.gov.tr/media/sdlbvngxk/kad%C4%B1n-2000-21-y%C3%BCz-y%C4%B1-i%C3%A7in-toplumsal-cinsiyete%C5%9Fitli%C4%9Fi-kalk%C4%B1nma-ve-bar%C4%B1%C5%9F-%C3%B6zel-oturumunun-haz%C4%B1rl%C4%B1k-d%C3%B6nemi-ve-sonu%C3%A7lar%C4%B1-hakk%C4%B1nda-%C3%B6zet-bilgi.pdf>

Meriç, M. (2007). Feminizme Mali Bakış (Cinsiyete Duyarlı Bütçeler). Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 44(509), s. 58-67.

OECD, 2017. Sweden Policy Brief (Erişim tarihi 11.11.2023)

<https://www.oecd.org/sweden/sweden-strengthening-gender-mainstreaming.pdf>

Öztürk, M.Y. (2011). Karşılıksız Bakım Emeği ve Kadın İstihdamına Etkisi. Kadın Emeği Konferansı TEPAV Bildiri Kitabı, Mayıs 2011, Ankara, 88-102.

Philippe-Raynaud, F. (2001). The Yellow Budget Paper and Gender Equality in France, Gender Budget Initiatives Strategies, Concepts and Experiences. (Erişim tarihi 11.11.2023)

https://iknowpolitics.org/sites/default/files/genderbudgetinitiatives_eng.pdf

Rake, K. (2002). Gender Budgets: The Experience of the UK's Women's Budget Group. Gender Balance – Equal Finance, (s. 1-17). Basel, Switzerland.

SAG, 2023. South African Government (Erişim tarihi 12.11.2023)

<https://www.gov.za/speeches/gender-responsive-budgeting-workshop-seeks-restructure-way-government-looks-financing>

Sharp, R., & Broomhill, R. (2002). Budgeting For Equality The Australian Experience. Feminist Economics, 8(1), s. 25-47.

Stotsky, J.G. (2006). Gender Budgeting, IMF Working Paper. (Erişim tarihi 11/11/2023)

<https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2006/wp06232.pdf>

TCAHSB, 2023. Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (Erişim tarihi 12.11.2023)

<https://www.aile.gov.tr/bakanlik/hakkinda/teskilat-semasi/>

TCASPB, 2012. Türkiye'de Uygulanan Şartlı Nakit Transferi Programının Fayda Sahipleri Üzerindeki Etkisinin Nitel Ve Nicel Olarak Ölçülmesi Projesi Final Raporu (Erişim tarihi 10.11.2023)

<https://www.aile.gov.tr/uploads/sygm/uploads/pages/arastirma-raporlari/turkiye-de-uygulanan-sartli-nakit-transferi-programinin-fayda-sahipleri-uzerindeki-etkisinin-nitel-ve-nicel-olarak-olculmesi-projesi-final-raporu.pdf>

TCBKSGM, 2008. Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü 2008 Mali Yılı Performans Programı (Erişim tarihi 11.11.2023)

http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/QPtDc+Kadinin_Statusu_Genel_Mudurlugu_08_PP.pdf

TCCSBB, 2023. Kalkınma Planları (Onuncu Kalkınma Planı ve On İkinci Kalkınma Planı) (Erişim tarihi 10.11.2023)

<https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>

TCKB, 2013. T.C. Kalkınma Bakanlığı Onuncu Kalkınma Planı Toplumsal Cinsiyet Çalışma Grubu Raporu (Erişim tarihi 01.11.2023)

<http://kasaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/34/2013/02/Toplumsal-Cinsiyet-Calisma-Raporu-2013Basilacak-Nusha.pdf>

WEF, 2023. The Global Gender Gap Report 2023. (Erişim tarihi 01.11.2023)

https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2023.pdf

BÖLÜM X

BİLGİ TOPLUMUNDA DİJİTAL BÖLÜNME SORUNU: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİ

*Digital Divide Problem in the Information Society: An
Assessment of the Current Situation in the World and Turkey*

Habibe YAMAN

(Dr. Öğr. Üyesi), Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü,

E-mail: hyaman@mehmetakif.edu.tr,

ORCID: 0000-0002-9212-3264

1. Giriş

Dijital teknoloji, günümüzde değişimin temel gücü haline gelmiştir ve hayatımızın neredeyse her alanına dokunarak gerek ekonomik gerekse toplumsal açıdan pek çok şeyi yeniden şekillendirmektedir. 2015'ten bu yana ülkeler, 2030 yılına kadar sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma yolunda ilerlemeyi hızlandırmak için dijital teknolojiden yararlanmaktadır (UNDP, 2023). Bölgesel veya ulusal açıdan ekonominin özel odağı her ne olursa olsun, yeni teknolojilerin üretkenlik ve rekabet edilebilirlikte itici bir güç olmasıyla birlikte bu çağın tanımlayıcı eğilimi inovasyona daha fazla bağımlı hale gelmesidir. Bu, hem yüksek teknoloji ihracatı gibi ekonomik verilerde hem de geniş bant dağıtımı gibi daha yeni ölçümlerde oldukça açıktır (Atkinson & Foote, 2021: 4).

Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT), günümüz bilgi toplumlarını oluşturan ve onları ayakta tutan temel dinamiklerin başında gelmektedir (Değirmen vd., 2016: 108). Özellikle gelişmiş ülkelerde BİT'e yapılan yatırımların büyük oranlarda gerçekleşmesi ve buna paralel olarak bu teknolojilerin üretimden

eğitime çok çeşitli alanlarda kullanımı, günlük yaşamının yanı sıra ekonomik ilişkilere de etki etmektedir (ztrk, 2002: 1). Fakat; BİT'te meydana gelen hızlı gelişimin, erişim ve kullanım noktasında birtakım problemleri beraberinde getirmesi, bu çerçevedeki kaygıları da arttırmıştır. Bu süreçte politika liderleri ve sosyal bilimcilerin, bilgisayar ve internete erişimi olanlarla olmayanlar arasındaki toplumsal bölünme konusunda daha fazla endişe duymaya başlaması, bu durumu tanımlayan yeni kavramları gündeme getirmiştir. ABD Ulusal Telekomünikasyon ve Bilgi İdaresi (*U.S. National Telecommunications and Information Administration*)'nin 1990'ların ortalarında bu durum için popüler hale getirdiği terim dijital bölünme (*digital divide*)'dir. Bu kavram kısa bir süre içinde bilgi teknolojilerinin ülkeden ülkeye değişen durumunu tanımlamak için uluslararası bağlamda da kullanılmaya başlanmıştır (Warschauer, 2003).

Bilgi teknolojisi devriminin kapsadığı değişimin olağanüstü hızı dikkat çekmektedir. Bu devrim hükümetlerin Őeffaflığı, piyasaların rasyonelliği, bilgiye evrensel erişim, yaşamı ve sağlığı iyileştirici bilgilere ulaşılabilirlik getirdiği / getireceği gibi iyimser yaklaşımlara ilham kaynağı olmuştur. Bunun yanı sıra modern BİT'in bu vaatlerini dünyanın geneli için nasıl yerine getirebileceği ve yaşam koşullarını nasıl iyileştirebileceğine dair bazı sorular da sorulmaktadır (Keniston & Kumar, 2003: 2). BİT noktasında ekonomiler açısından var olan farklılıklar sıklıkla dile getirilmektedir ve aynı zamanda bu farklılıkların toplumsal açıdan gelişmişlik düzeyleri hakkında bir fikir verdiği bilinmektedir. Bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde BİT'ten etkin biçimde faydalanılması önem arz etmekte olup bu süreçte ise küresel gelişim ve teknolojileri kullanma / teknolojilerden yararlanma düzeyi farklılıkları dijital bölünmeyi daha da derinleştirmektedir. Bu perspektifte dijital bölünme, esasında ülkeler arasındaki ve içindeki birtakım farklılıkları yansıtan kritik bir terimdir.

BİT'in pek çok dinamiği derinden etkilediği konusu kabul görmektedir. Küreselleşme, değişen ve gelişen piyasa koşulları gibi faktörler dikkate alındığında değişim sürecinde nc olmayan ya da bu sürece ayak uyduramayanların rekabet edebilmesi de oldukça güç olmaktadır. Dolayısıyla bu aşamada önem teşkil eden dijital büyüme sorunun ele alınması gereklidir. Bu sebeple bu çalışmanın temel amacı; dünyada ve Türkiye'de dijital bölünme sorunsalının ele alınması, genel bir Şekilde mevcut durumunun ortaya koyulmasıdır. Bu kapsamda çalışmada bölge ve ülkeleri temel alan ve dönemsel olarak ulaşılan son güncel yıl verilerini içeren dijital ekonomi ve dijital büyüme olgusu ile ilgili çeşitli istatistik ve endekslerden faydalanılmıştır ve yöntem olarak karşılaştırmalı metot kullanılmıştır.

Bu çalışmanın içeriği şu şekilde kurgulanmıştır. Çalışma giriş ve sonuç bölümü dahil toplam beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın giriş bölümünün sonrasında gelen ikinci bölümünde dijital bölünme kavramsal olarak ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde dijital bölünmeyi azaltmanın öneminden bahsedilmekte ve dördüncü bölümde ise dünyada ve Türkiye’de dijital bölünmenin mevcut durumu ortaya koyulmaktadır. Çalışma sonuç ve değerlendirmeleri içeren bölüm ile sonlanmaktadır.

2. Dijital Bölünme: Kavramsal Çerçeve

Dijital bölünme, kavramsal açıdan sayısal bölünme, sayısal uçurum, sayısal ayırım, sayısal eşitsizlik, sayısal kopma ve erişim uçurumu gibi çeşitli terimlerle ifade edilmektedir. Fakat dijital bölünme kavramının kullanım açısından daha yaygın olduğu söylenebilir (Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017: 7). Bu sebeple bu çalışmada “dijital bölünme” terimi kullanılmıştır.

OECD (2001) tarafından yapılan tanıma göre “dijital bölünme” kavramı hem BİT’e erişim fırsatları hem de çok çeşitli faaliyetler için internet kullanımları bakımından farklı sosyo-ekonomik düzeylerdeki bireyler, haneler, işletmeler ve coğrafi bölgeler arasında var olan uçurumu temsil etmektedir (OECD, 2001: 5). Daha yalın bir söylemle dijital bölünme, genellikle çeşitli sosyal gruplar arasındaki dijital teknolojinin kullanılabilirliği ve dijital teknolojiye erişimdeki farklılık olarak tanımlanmaktadır (Barclay & Duggan, 2008: 2).

Dijital bölünme kendi içerisinde farklı boyutlardan oluşmaktadır ve bu terim birçok değişkenle ilişkilidir. Literatürde bu husus sıklıkla dile getirilmektedir. Örneğin; Coşar (2011: 57), dijital bölünmeden bahsederken karmaşık ve değişken bir kavram olduğunu da vurgulayarak bu terimin ekonomi, demokrasi, okuryazarlık, bilgi, iletişim, erişim, ağ (network), inovasyon, katılım, kullanılabilirlik, sosyal sermaye, yaşam boyu öğrenim, kültür gibi değişkenlerle ilişkili olduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra Keniston & Kumar (2003) dijital bölünmeyi çeşitli boyutlarda ele almaktadır. Çalışmada yer alan ilk yaklaşımda, bilgi çağının parçası olan zenginler ve güçlüler ile bilgi çağının parçası olmayan fakir ve güçsüzler açısından, ikinci yaklaşımda ise lisan ve kültür açısından bir inceleme yapılmaktadır. Üçüncü boyutta da zengin ve fakir ülkeler arasında büyüyen dijital uçurumdan bahsedilmekte olup çalışmada bu boyutun kaçınılmaz olarak ilk ikisinden kaynaklandığı da ifade edilmektedir. Dahası çalışmada bu üç dijital ayrıma Hindistan ve Amerika gibi ülkelerde muazzam başarılı bilgi teknolojisi endüstrisinden yararlananları

ve diğerlerini içeren dördüncü bir boyutun da eklenebileceği belirtilmektedir (Keniston & Kumar, 2003: 3-10).

Genel olarak bakıldığında, dijital bölünmede pek çok faktörün belirleyici rolü olduğu vurgulanabilir. Bu süreçte eğitim, siyasi düzenlemeler ve kurumlar, düzenlemelerin kalitesi, gelir, maliyet, telekomünikasyon sektöründeki rekabet, network etkisi olmak üzere dijital bölünmeye neden olan pek çok faktörün varlığından söz edilebilir (Hüsnüoğlu & Öztürk, 2017: 8-9). Bu perspektifte dijital bölünmenin belirleyici faktörlerini aşağıdaki Şekil 1’deki gibi özetlemek mümkündür.



Şekil 1. Dijital bölünmenin belirleyici faktörleri. Kaynak: (Várallyai vd., 2015: 367).

3. Dijital Bölünmeyi Azaltmak Niçin Önemli?

Bilgi toplumunun en önemli yapı taşlarından olan bilgi iletişim teknolojilerinin anlaşılması ve etkin olarak kullanılması bilgi toplumlarının temel dayanakları arasında yer almaktadır. BİT’teki gelişmeler bilgiye ulaşmayı daha kolay hale getirmektedir. Bilginin elde edilmesi, gerektiğinde toplanması ve saklanması, bu süreçten sonra ise başkalarıyla paylaşımı BİT ile yapılabilmektedir. BİT’in maliyetlerinin azalması, bilgiye erişim noktasındaki sorunların minimize edilmesi gibi faktörlerin olumlu etkisiyle daha çok bilgi paylaşılabilir (Toso vd., 2015: 42; Değirmen vd., 2016: 107).

Son çeyrek yüzyılda BİT'teki gelişmeler, ulusların sosyal ve ekonomik yaşamlarında köklü değişikliklere kapı aralamıştır. Bu değişim BİT'in ulusal üretimden aldığı payın git gide artması ile de kendisini belirgin şekilde göstermektedir. Ama bu süreçteki değişikliklerin ve gelişmelerin beraberinde getirdiği yeni sorunlar da vardır. Bunlardan birisi de bazı ülkelerin ve insanların dijitalleşme sürecinin dışında kalabilmesidir. Bilindiği üzere; üretimden tüketime, eğitimden iş bulmaya, bankacılık hizmetlerine kadar pek çok işlem artık elektronik ağlar üzerinden yapılabilmektedir. Fakat, yeryüzünde yoksullukla mücadele eden birçok toplum bu gelişmeleri uzaktan seyretmektedir (Şen & Akdeniz, 2012). Dahası, internete erişim ve bilgisayar teknolojisine sahip olup olmama noktasında her bir ülke insanları arasında var olan farklılıklar, belirli imkana sahip bireyler ile diğerleri arasındaki bilgi açığının daha da artmasına sebebiyet vermektedir (Devran, 2008). Bununla birlikte dijital bölünme konusunu ele alan bir dizi araştırma ve politika belgesi de belirli grupların (düşük gelirli kişiler, az eğitilmiş / düşük okuryazarlık düzeyine sahip kişiler, işsizler, yaşlılar, kırsal alanlardaki kişiler, kadınlar ve kız çocukları gibi) BİT kullanımında özellikle dezavantajlı durumda olduğuna yer vermektedir (Cullen, 2003: 248). Hem ülkeler hem de bölgeler arasında bilgi ve teknolojiye ulaşım konusunda belirgin bir eşitsizliğin var olduğu göz önünde bulundurulduğunda BİT'in imkanlarından yeterince faydalanılmadığı kanısına varılabilmektedir (Kılıç, 2011: 84).

Dijital bölünmenin üstesinden gelmek için ise; araştırmalar, politika ve düzenleyici reformlar önem arz etmektedir. BİT'in yayılması, daha fazla kullanılması ve beceri tabanındaki iyileştirmelerle ilişkili yayılmalardan ve olumlu dışsallıklardan sosyal fayda elde edilmesi bu bağlamdaki politika uygulamalarına bir gerekece olmaktadır. Bunun yanı sıra hükümetler elektronik ticaretten kaynaklanabilecek ekonomik faaliyetleri de kabul etmektedir (OECD, 2001: 6). Dijital bölünme ve bunun etkisi üzerine yapılan çalışmalara rağmen, özellikle gelişmekte olan ülkeler, BİT'e yaptıkları yatırımlardan daha fazla ekonomik ve sosyal fayda elde etmek, küresel rekabet gücünü arttırmak için dijital uçurumu azaltmaya yönelik sürdürülebilir çözümler aramaya devam etmektedir (Barclay & Duggan, 2008: 1). Bu süreçte dijital bölünme kavramı önemsenmekte ve bu sorunun çözümüne yönelik çeşitli adımlar atılmaktadır. Örneğin OECD ülkeleri BİT erişimini ve kullanımını iyileştirmek için ağ altyapısı, eğitim ve öğretim, işletme, bireyler ve hanelere yayılım, kamu projeleri, çok taraflı iş birliği gibi başlıkları içeren politika önlemleri uygulamaktadır (OECD, 2001: 31). Diğer taraftan, gelişmiş ülkelerdeki bazı çözümler de öne çıkmaktadır. Buna

Amerika'daki dijital bölünmeyi ortadan kaldırmak için yedi maddelik bir plan önerisi örnek gösterilebilir. Söz konusu öneri, yeni öğretmenlerin etkin teknoloji kullanımı konusunda eğitilmesi için fon sağlanmasından düşük gelirli ailelerin evlerinden internete erişimini genişletmek için kamu özel iş birliğine kadar çok çeşitli konu başlıkları içermektedir (Cullen, 2003: 254).

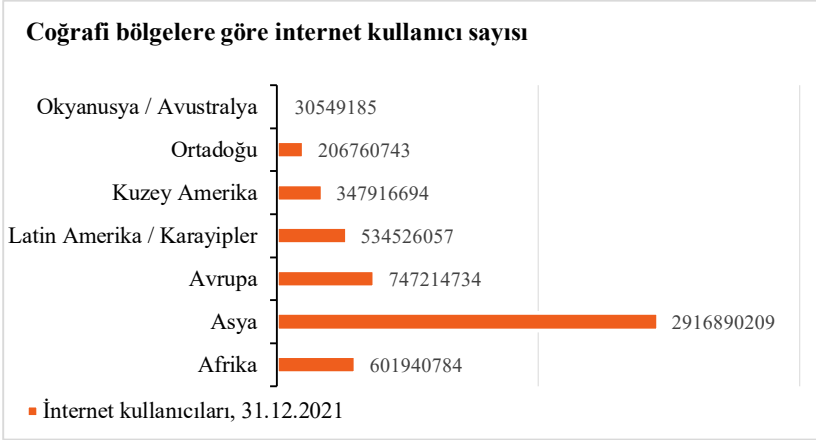
Özetle; günümüzde küreselleşmenin ivme kazandırdığı BİT'teki hızlı gelişmeler, uluslararası ticaret ve kalkınmanın canlanması konusunda mühim bir role sahiptir (Kılıç, 2011: 83-84). BİT ve ona bağlı gelişen hizmetler birey, toplum ve devlet arasındaki ilişkiler, ekonominin genel işleyişi, işgücü piyasası, sosyal ve kültürel yaşam ve daha birçok alanda köklü değişiklikleri tetiklemiştir. Bu teknolojiler, riskler barındırsa da söz konusu teknolojilerin gerekliliğinin genel kabul gördüğü ve yaygınlaşmasının tartışma olmaktan çıktığı ifade edilebilir (Gürcan, 2015: 6). Teknoloji kullanımının yaygın olduğu bu süreçte de dijital bölünmenin azaltılması; sosyal mobilité, ekonomik eşitlik, demokrasi ve üretken kapasitenin daha verimli şekilde kullanımı bakımından önem taşımaktadır (Aytun, 2006: 237).

4. Dünyada ve Türkiye'de Dijital Bölünmenin Mevcut Durumu

BİT'in küreselleşme, ekonomik gelişim, bilgi toplumu, değişen çalışma koşulları, sosyal ve beşerî gelişimdeki rolü önemlidir. Eşitsizliklerin ölçülmesinde kullanılan en mühim göstergeler BİT'e erişim ve bu teknolojilerin etkin biçimde kullanılma miktarıdır (Coşar, 2011: 57). Bununla birlikte, Bilgi Teknolojisi ve İnovasyon Vakfı (*The Information Technology and Innovation Foundation-ITIF*) tarafından devletlerin ekonomik yapısını ölçmeyi amaçlayan endeks hesaplamasında yeni ekonomi ile ilgili; bilgi işleri, küreselleşme, ekonomik dinamizm, dijital ekonomi ve inovasyon kapasitesi başlıkları olmak üzere 5 kategoriye ayrılmış toplamda 25 gösterge ele alınmaktadır (Atkinson & Foote, 2021: 5). Öte yandan, BİT kullanımına zemin hazırlayan alt yapının oluşturulması, uygun ücretlerin olması, servisinin yaygınlığı gibi faktörlerin iyileştirilmesi dijital bölünmeyi azaltmaya yönelik politikalarındandır (Değirmen vd., 2016: 112). Hızla gelişen dijital çağda dijital ekonomi gibi dijital bölünmeyi de ölçmek, dijital bölünmeye dair kapsamlı bir çıkarım yapmak güçtür. Fakat yine de dünyada ve Türkiye'de dijital bölünme durumu çeşitli istatistik ve endekslerle ortaya koyulabilmektedir.

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (*International Telecommunication Union-ITU*) tarafından 2022 yılında yayımlanan dijital gelişimin ölçülmesi ile ilgili raporda dünya nüfusunun tahminen %66'sının internet kullandığından

bahsedilmektedir (ITU, 2022). Fakat küresel ölçekte bakıldığında internet kullanım sayıları açısından birtakım farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin, 2021 yılı verileri için coğrafi bölgelere göre dünyada internet kullanıcı sayısında Asya öne çıkmaktadır. Okyanusya ise bu parametrede geride kalmaktadır. Bölgelere göre dünyada internet kullanıcı sayıları **Grafik 1**'de yer almaktadır.



Grafik 1. Coğrafi bölgelere göre dünyada internet kullanıcı sayısı.

Veri Kaynağı: (Internet World Stats, 2023).

Küresel e-ticaretin genel görünümüne bakıldığında ise; statista verilerine göre bölgelere göre 2022'de dünya çapındaki toplam perakende e-ticaret gelirinde internet kullanıcı sayısında olduğu gibi Asya öne çıkmaktadır. Fakat bu veride Afrika sonda yer almaktadır. **Grafik 2**'de küresel e-ticaretin görünümü gösterilmektedir.

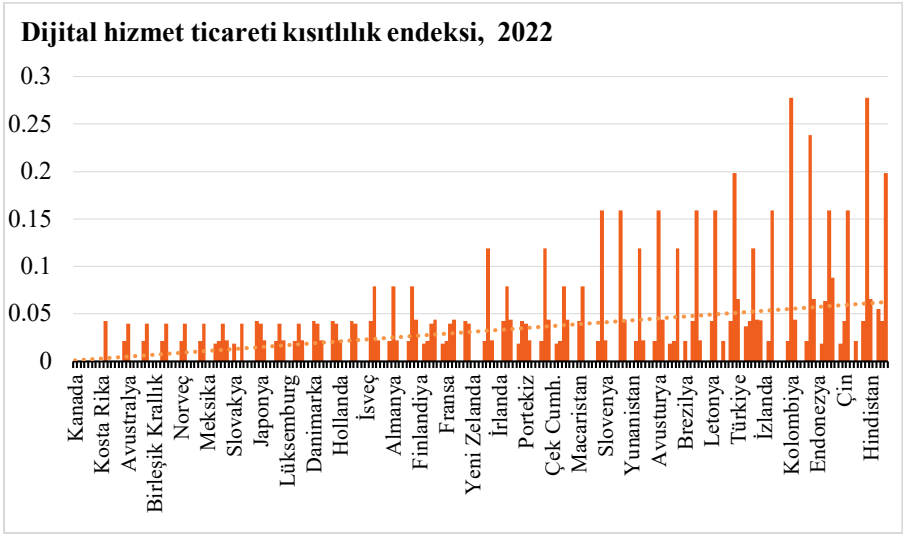


Grafik 2. Küresel e-ticaretin görünümü. Veri Kaynağı: (Statista, 2023).

Grafik 2 verilerini değerlendirirken bilişim ve iletişim altyapısının yanı sıra makroekonomi, lojistik altyapısı, demografi, finansal ürün penetrasyonu ve sosyal medya gibi pek çok faktörün küresel e-ticarete etki ettiğini göz ardı etmemekte fayda vardır. E-ticareti, ticaret ve ekonominin genel görünümü ile bir arada değerlendirmek elbette daha sağlıklı sonuç verecektir (İstanbul Sanayi Odası, 2021: 16). Öte yandan internet kullanımındaki farklılıklar öncelikle yaş ve eğitim faktörleriyle bağlantılıdır ve genellikle gelir düzeyleriyle iç içedir (G20 DETF, 2018: 25). Örneğin Dünya Bankası'nın Dünya Gelişmişlik Göstergeleri tabanında yer alan internet kullanan bireylerin nüfus içindeki oranı (%), 100 kişi başına düşen sabit telefon abonelikleri gibi verilerde yüksek ve orta gelirli ülkeler daha yüksek değerlerle öne çıkmaktadır (World Bank, 2023). Bunun yanı sıra Eurostat (2023) verilerine göre AB ülkelerinde sabit genişbant bağlantısı olan işletmelerin oranında ve yüksek sabit internet bağlantı hızlarında küçük ve orta ölçekteki işletmelere nazaran büyük ölçekli işletmeler için daha yüksek oranlar söz konusudur. Ayrıca, hanelerdeki internet kullanım oranları, insanların bilgi ve hizmetlere erişiminin bir göstergesidir ve internet erişimindeki eşitsizlikler de kısmen, özellikle kişi başına düşen gelirin daha düşük olduğu ülkelerdeki kentsel-kırsal ayrımlarla açıklanmaktadır. Kore, Japonya, Almanya ve Fransa gibi G20 ülkelerinde kentsel-kırsal farklılıklar ihmal edilebilir düzeyde iken diğer bazı G20 ülkelerinde eşitsizlik oldukça geniştir. Bu kapsamda ise Meksika örnek gösterilebilir (G20 DETF, 2018: 22). Bu veriler bölgeler, ülkeler, işletmeler arasında farklılıkların varlığını desteklemektedir ve bu süreçte Türkiye'de bir istisna değildir. Örneğin "*Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*" sonuçları Türkiye'de internet kullanım oranlarında farklılıklara vurgu yapmaktadır. Söz konusu araştırma bulgularında, 2023 yılı için Türkiye'de internet kullanan bireylerin oranının %87,1 olduğu, cinsiyet ayrımına bakıldığında kadınlarda internet kullanım oranının %83,3, erkeklerde ise %90,9 olarak gözlemlendiği belirtilmektedir (TÜİK, 2023).

Dijital beceriler, gelişimi artırmak için BİT'lerden yararlanmada hayati derecede önemlidir (ITU, 2022: 14). Diitalleşmeyi ya da BİT'i konu alan çeşitli endekslerde de ülkeler ve bölgeler arasındaki farklılıklar vurgulanmaktadır. Örneğin, ülkelerin BİT alanındaki gelişmişliklerine göre sıralandığı BİT Gelişme Endeksi 2017 sonuçları dünya çapında ülkeler ve bölgeler arasında BİT gelişim düzeyleri açısından büyük farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu endekste yüksek performans gösteren ülkeler arasında ise Avrupa bölgesindeki ülkelerin hakimiyetinin devam ettiği, Afrika bölgesindeki ülkelerin ise düşük performans gösterdiği öne sürülmektedir (ITU, 2017). Öte yandan öne çıkan bir

diğer endeks olan OECD Dijital Hizmet Ticareti Kısıtlayıcılık Endeksi (*OECD Digital Services Trade Restrictiveness Index-DSTRI*) ise faaliyet gösterdikleri sektöre bakılmaksızın firmaların elektronik ağları kullanarak hizmet tedarik etme becerilerini ve bu süreçteki engelleri temele alan bileşik bir endekstir. Bu endeks altyapı ve bağlantı (1), elektronik işlemler (2), ödeme sistemi (3), fikri mülkiyet hakları (4) ve dijital olarak etkinleştirilen hizmetlerin ticaretini etkileyen diğer engeller (5) başlıklarını içermekte ve 0-1 arasında değerler almaktadır. Burada 0, dijital olarak etkinleştirilmiş ticaret için açık bir düzenleyici ortamı, 1 ise tamamen kapalı bir düzeni göstermektedir (OECD Going Digital Toolkit, 2023). Bu endekste 2022 sonuçlarına göre Kanada, Kosta Rika, Avusturalya, İsviçre ve İngiltere sıfır ve sıfıra yakın değerlerle önde gelmekte iken Hindistan, Güney Afrika, Çin, Endonezya ve Polonya sonda yer almaktadır. **Grafik 3** endeksteği sıralamayı özetlemektedir.

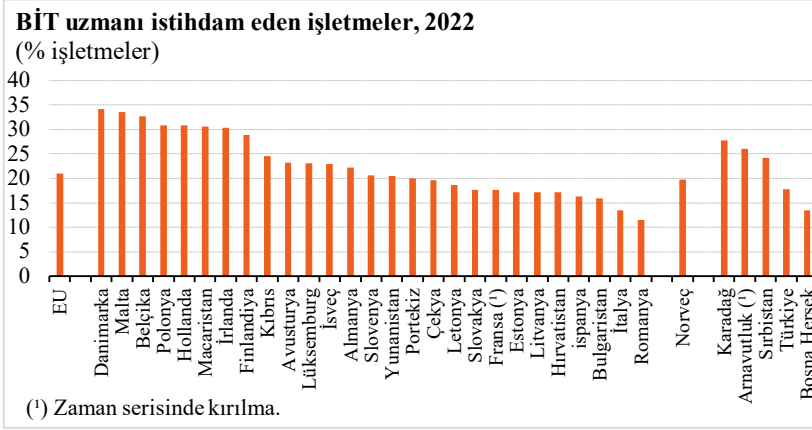


Grafik 3. Dijital hizmet ticareti kısıtlayıcılık endeksi.

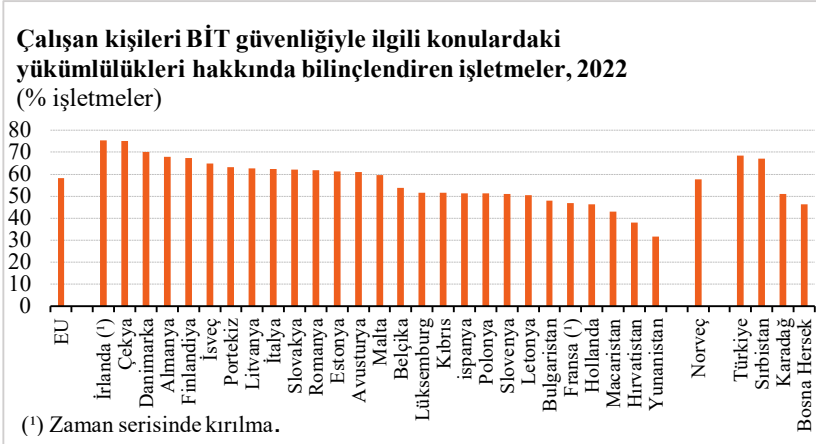
Veri Kaynağı: (OECD Going Digital Toolkit, 2023).

Dünyada pek çok ülkesinde işletmeler, çok sayıda bilişim uzmanı istihdam etmektedir ve çalışan kişileri BİT güvenliğiyle ilgili konulardaki yükümlülükleri hakkında bilinçlendirmektedir. Örneğin AB ülkeleri arasında üçte birinden fazlası (%34,2 ve %33,5) ile Danimarka ve Malta, BİT uzmanlarını çalıştıran işletmelerin en yüksek oranına sahiptir. İtalya ve Romanya ise AB ülkeleri arasında bu veride en düşük orana sahiptir. **Grafik 4** söz konusu oranları göstermektedir. Öte yandan AB ülkeleri arasında, istihdam edilen kişileri BİT

güvenliği konusundaki yükümlülükleri hakkında bilinçlendiren işletmelerin yüzdesine bakıldığında; İrlanda (%75,5) ve Çekya (%75,0) yüksek oranlarla, Yunanistan (%31,5) ve Hırvatistan (%38,1) ise düşük oranlarla öne çıkmaktadır. AB ülkelerine genel olarak bakıldığında çalışan kişilerin BİT güvenliğiyle ilgili konulardaki yükümlülükleri konusunda bilinçlendirildiğini bildiren şirketlerin payı %50'den yüksektir. Türkiye de ilgili veride %57,6'lık bir orana sahiptir. **Grafik 5**, ilgili veride ülke sıralamalarını göstermektedir.



Grafik 4. BİT uzmanı istihdam eden işletmelerin oranı. Kaynak: (Eurostat, 2023).



Grafik 5. BİT güvenliği ile ilgili konulardaki yükümlülükleri hakkında bilinçlendiren işletmelerin oranı. Kaynak: (Eurostat, 2023).

Grafik 4 ve 5'teki dijital ekonomi ve toplum istatistikleri, işletmelerde bilişim uzmanı istihdamının önemsendiğini ve BİT güvenliği konusunda

bilinçlendirme faaliyetlerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan 2022 Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi'ne yönelik değerlendirmelerde de üye ülkelerin dijitalleşme çabalarında ilerleme kaydettiğine, genel olarak olumlu bir yakınsama eğiliminin olduğuna, AB'nin dijitalleşme düzeyini geliştirmeye devam ettiğine ve daha düşük seviyelerden başlayan üye devletlerin daha hızlı büyüyerek yavaş yavaş arayı kapattığına vurgu yapılmaktadır. Fakat bunun yanı sıra işletmeler tarafından yapay zekâ ve büyük veri gibi temel dijital teknolojilerin benimsenmesinin yetersiz kaldığı, dijital beceri ve KOBİ'lerin dijital dönüşümü konularında ülkelerin zorlandığı da dile getirilmektedir (European Commission, 2023).

5. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzün dijital ekonomisi, kullanıcılar arasında ve cihazlar arasında bağlantının yanı sıra iletişim ekosistemlerinin eskiden farklı olan parçalarının yakınsaması ile karakterize edilmektedir. İnternet ve bağlantılı cihazlar, günlük yaşamının önemli bir parçasını oluşturmaktadır (G20 DETF, 2018: 25). Bilgi toplumunda yer alan bireylerin BİT'i karşılıklı ve eş zamanlı olarak kullanması kolaylığını sunan internetin ve söz konusu gelişmelerin beraberinde getirdiği kavramlardan biri de dijital bölünmedir (Değirmen vd., 2016: 109). Bilginin etkin şekilde yönetilmesi ve dijital bölünmenin azaltılması konuları ulusların gündeminde yer almaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada dijital bölünme sorunsalı ele alınmış, ulaşılan son güncel yıl verilerini içeren çeşitli istatistik ve endeksler yardımıyla karşılaştırmalı biçimde dünyada ve Türkiye'deki durum ortaya koyulmuştur. Çalışmadan elde edilen bulgular coğrafi bölgelere göre dünyada internet kullanıcı sayısı, toplam perakende e-ticaret geliri gibi verilerde Asya bölgesinin öne çıktığını, Afrika bölgesindeki ülkelerin BİT gelişim düzeylerinde düşük performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Genel itibariyle bakıldığında bulgular ülke / bölgelerin dijitalleşme çabalarında ilerlemelerin olduğunu göstermekle birlikte ülke ya da bölgeler arasında önemli farklılıkların varlığını ve dijitalleşmeye yönelik adımlarda belli konularda yetersiz kaldığını da kanıtlamaktadır.

Dijital bölünmeye gerek ekonomik ve sosyal gerekse toplumsal ve kültürel açıdan oldukça fazla önem atfedilmektedir. Fakat Cullen (2003)'in belirttiği gibi dijital bölünme sorununu çözmek için basit ve hızlı bir çözüm de yoktur (Cullen, 2003: 256). Öte yandan hızlı teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği fırsatların yanı sıra riskler bu konuda doğru ve hızlı adımlar atmayı güç

kılabilmektedir. Fakat, dijital uçurumun kapatılması önem teşkil etmektedir ve bu sorununun çözülmesine yolunda adımlar atılması gerekmektedir. Bu süreçte ise öne çıkan bazı faktörler vardır. Hızlı değişim süreçlerinin takip edilmesi, altyapı ve bağlantı sorunlarının çözülmesi, dijital becerilerin artırılması, eğitim ve araştırma olanaklarının, kütüphanelerin geliştirilmesi, BİT'e erişimdeki eşitsizliklerin giderilmesi, özellikle kırsal alanlarda daha fazla olan cinsiyetler arasındaki bilgisayar ve internet kullanımına yönelik farklılıkların azaltılmasına dair önlemlerin alınması dijital uçurumun kapatılmasında önemli role sahiptir. Bununla birlikte teknolojinin daha bilinçli kullanımına yönelik bilinçlendirme çalışmaları yapılması, dijital bölünmeyi azaltacak politikaların oluşturulması gereklidir.

Özetle, bilgi toplumuna dönüşüm süreci; toplumda, kamuda ve iş dünyasında köklü değişiklikleri bünyesinde barındıran Türkiye'yi de gerek idari ve teknolojik gerekse sosyo-ekonomik açıdan etkileyecek, dolayısıyla da dikkatli bir planlamayı içeren ve yakından takip edilmesi gereken uzun bir süreçtir. Bu dönüşümde başarılı olunması; sürecin doğru biçimde izlenmesi, değerlendirilmesi ve gerektiği zaman tedbir alınabilmesi ile mümkündür (DPT, 2011: 11). Bu kapsamda dijital bölünmeyi azaltmak adına gerek Türkiye gerekse diğer ülkelerin teknolojik gelişme ve değişimleri yakından takip etmeleri, dijital bölünme sorununu azaltmaya yönelik stratejik adımlar atmaları oldukça önemli görülmektedir.

Kaynakça

Atkinson, R. D. & Foote, C. (2021). The 2020 State new: Economy index benchmarking economic transformation in the states. The Information Technology and Innovation Foundation. <https://www2.itif.org/2020-state-new-economy-index.pdf>

Aytun, C. (2006). Enformasyon toplumu sürecinde dijital bölünme kavramının anlamı ve önemi. *XI. Türkiye'de İnternet Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi*, Ankara.

Barclay, C., & Duggan, E. W. (2008). Rethinking the digital divide: Towards a path of digital effectiveness. In *Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008)* (pp. 129-129). IEEE.

Coşar, Ö. (2011). Türkiye'de kadın erkek arasında sayısal uçurum. *Elektrik Mühendisliği*, (443): 57-58.

Cullen, R. (2003). The digital divide: a global and national call to action. *The Electronic Library*, 21(3): 247-257. <https://doi.org/10.1108/02640470310480506>

Değirmen, G. C., Vural, Z. A. & Özbükerci, İ. (2016). Bilgi toplumu ve dijital uçurum unsurlarının ülkelerin gayri safi milli hasıla'sına göre yorumlanması: Bir durum saptaması. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 1(2), 102-118.

Devran, Y. (2008). https://tasam.org/tr-TR/Icerik/887/kuresellesme_ve_medya (E.T. 01.11.2023).

DPT, (2011). *Bilgi toplumu istatistikleri*. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Yayın No: 2826.

European Commission, (2023). https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_4560 (E.T. 08.11.2023).

Eurostat, (2023). Digital economy and society statistics – enterprises. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises#ICT_specialists_.E2.80-.93_employment.2C_recruitment_and_training (E.T. 07.11.2023).

G20 DETF, (2018). *G20 toolkit for measuring the digital economy*. OECD. <https://www.oecd.org/g20/summits/buenos-aires/G20-Toolkit-for-measuring-digital-economy.pdf>

Gürcan, F. (2015). *Türkiye'de ve dünyada sayısal bölünme*. T.C. Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, 2920.

Hüsnuoğlu, N. & Öztürk, L. (2017). Dijital bölünme: Nedenleri ve türleri. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5), 6-21.

Internet World Stats, (2023). <https://www.internetworldstats.com/-stats.htm> (7.11.2023).

ITU, (2017). *Measuring the information society report*. (1), Geneva, Switzerland.

ITU, (2022). *Measuring digital development facts and figures 2022*. https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-ict_mdd-2022/ (E.T. 09.11.2023).

İstanbul Sanayi Odası, (2021). Dünyada e-ticaretin gelişimi ve Çin'de e-ticaretin incelenmesi. https://www.iso.org.tr/iso-cin-masasi/raporlar/-cin_e-ticaret_raporu.pdf (E.T. 08.11.2021).

Keniston, K., & Kumar, D. (2003). *The four digital divides*. Delhi: Sage Publishers.

Kılıç, Ç. (2011). Küreselleşen dünyada dijital bölünme sorunu. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 81-91.

OECD (2001). "Understanding the Digital Divide", OECD Digital Economy Papers, No. 49, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/236405667766>

OECD Going Digital Toolkit, (2023). <https://goingdigital.oecd.org/en/indicator/73> (E.T. 07.11.2023).

Öztürk, L. (2002). Dijital uçurumun küresel boyutları. *Ege Academic Review*, 2(1), 1-10.

Statista, (2023). <https://www.statista.com/forecasts/1117851/world-wide-e-commerce-revenue-by-region> (E.T. 08.11.2023).

Şen, A. & Akdeniz, S. (2012). Sayısal uçurumla baş etmek: OECD trendleri ve Türkiye. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, (VII) I: 53-75.

Toso, S., Atlı, Ş. M., & Mardikyan, S. (2015). Türkiye'nin bölgeleri arasında sayısal uçurum. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, X(I).

TÜİK, (2023). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407) (E.T. 08.11.2023).

UNDP-United Nations Development Programme, (2023). https://feature.undp.org/digital-goals/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw-7oeqBhBwEiwALyHLM4idImgeE-wwjyPk_a7tY1t5UpO69mmwzRQk-DQnhnFjbTEwi8tha7xoC_HAQAvD_BwE (E.T. 01.11.2023).

Várallyai, L., Herdon, M., & Botos, S. (2015). Statistical analyses of digital divide factors. *Procedia Economics and Finance*, 19, 364-372.

Warschauer, M. (2003). Demystifying the digital divide. *Scientific American*, 289(2): 42-47.

World Bank, (2023). World Development Indicators. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#> (E.T. 08.11.2023).

BÖLÜM XI

DİJİTAL LİDERLİĞİN ORGANİZASYONLARDAKİ ROLÜ

The Role of Digital Leadership in Organizations

Yasin KARADENİZ¹ & Aydan ARSLAN²

¹(Dr. Öğr. Üyesi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,

Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü - Türkiye

E-mail: ykaradeniz@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5609-5171

²(Bağımsız Araştırmacı)

E-mail: arslan.adn@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2754-9098

1. Giriş

Günümüzde teknolojinin geldiği nokta ve ilerlemeler, teknolojiyi hayatımızın tüm alanlarına dâhil etmiştir. Teknolojinin beraberinde her geçen gün artan dijitalleşme, pek çok alanda dijitalleşmeye yol açmıştır. Bu bağlamda organizasyonlar ve iş süreçleri önemli bir dönüşüm içine girmiştir. Günümüzde teknolojinin hazırladığı ortam da göz önünde bulundurulduğunda rekabetin en üst düzeyde olduğu görülmektedir. Organizasyonlar bu rekabet yoğun ortamına uyum sağlayabilmek için kültürlerini ve iş sistemlerini bu çerçevede revize etmektedir. Organizasyon kültürünün dijitalleşmeyle entegre olmasıyla liderlik yetenekleri de bu değişimden etkilenerek dijital bir dönüşüme uğramaktadır.

Dijital liderlik karşılıklı bir etkileşimi içermesinden dolayı, bütüncül bir yaklaşım ile organizasyondaki bütün aşamaların sürece dâhil olmasını sağlamaktadır. Bu liderler, dijital yetenek ve anlayışa sahip oldukları için ekiplerini doğru şekilde yönlendirerek organizasyondaki belirsizlikleri en aza indirmektedir (Gök ve Aydemir, 2021: 200). Dijital liderler, güçlü iletişimleri

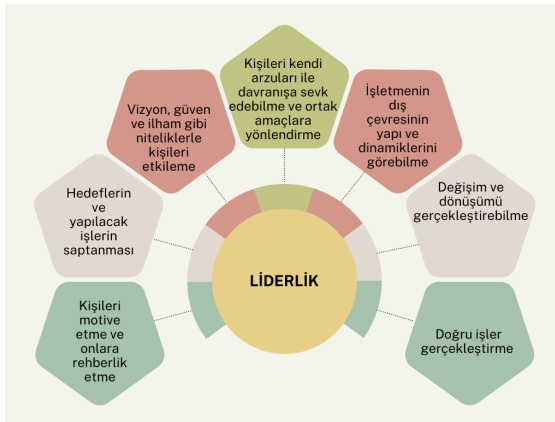
ile organizasyon üyelerini en iyi şekilde anlayarak ve onlara geri bildirimler vererek dijital dönüşüm sürecinde organizasyonun başarılı olarak hareket etmesini sağlamaktadır.

Kitabın bu bölümünde, yaşanan dijital dönüşüm sürecinin bir getirisi olarak liderlik kavramının dijital liderliğe dönüşümü işlenmiştir. Dijital liderlik kavramı, dijital dönüşümle beraber ele alınarak özellikleri, yetkinlikleri ve önemi bakımından açıklanmıştır.

2. Liderlik

Liderlik kavramı birçok alanda varlık göstermektedir. Kitlelerin bir hedef etrafında konumlandırılması ve bu yönde hareket etmelerinin sağlanması, liderin yetenekleriyle doğru orantılıdır. Lideri benimseyen bir kitleyle daha aktif bir etkileşim sağlanabilir. Liderlik becerilerinin doğru kullanılması organizasyonlara da çeşitli katkılar sağlamaktadır.

Liderlik kavramı, şirketlerin amaçlarına ulaşması ve devamlılık içeren rekabet gücünü elde etmesi için gerekli etmenleri konumlandırma becerisi şeklinde ifade edilmektedir. Şirketler, süreklilik kazanmış rekabet gücünü korumak amacıyla çalışma süreçlerinde maliyeti azaltmayı hızlandıran nitelikli bir sistem oluşturmalı ve bunu en faydalı biçimde kullanacak yeteneğe sahip olmalıdır (Sağbaş ve Erdoğan, 2022: 20). Liderler, çözüm odaklı düşüncelerini organizasyon üyelerine aktararak onları buldukları ruh halinden uzaklaştırıp, onların motivasyonunu sağlamaya odaklanırlar. Liderler, firmaların amaçları doğrultusunda bir çerçeve belirler. Aynı zamanda uzun vadeli olarak doğru tahminlerde bulunurlar ve ileriye odaklanmış durumdadırlar. (Rüth ve Netzer, 2020: 4).



Kaynak: Koçel, T. (2020). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Basım Yayım A.Ş., Onsekizinci Baskı, ISBN: 978-605-242-581-7

Şekil 1: Liderliğin Unsurları

Şekil 1’de genel yapısı bağlamında liderliğin unsurları belirtilmiştir.

Liderlik zamanla gelişen teknolojiye entegre olmaya başlamıştır. Bundan dolayı insan kaynakları alanındaki çalışmaların çeşitlenmesiyle beraber önemi oldukça artan bir dijital liderlik olgusu meydana gelmiştir. Tarihin çeşitli evrelerinde içinde bulunulan koşullarla orantılı liderlik biçimleri oluşmuştur. Bu bağlamda liderlik; ast üst ilişkileri, yetki, güç ve bireysel donanımlar şeklinde birtakım unsurlar etrafında biçimlenmiştir. Günümüzde yaşanan dijitalleşme ekseninde liderlik stilleri ve kabiliyetleri de bu çerçevede şekillenmiştir (Araujo vd., 2021).

3. Dijital Dönüşüm

Dijital dönüşüm ve bununla birlikte ortaya çıkan yeni iş modeli, tüketicilerin beklenti ve davranışlarını büyük ölçüde değiştirmektedir ve geleneksel işletmeler üzerinde baskı kurmaktadır. Çok sayıda pazarı da etkilemektedir. Bu dönüşüm ile tüketiciler, onlarca medya kanalına ulaşabilme şansını yakalayabilmektedir. Ayrıca, işletmelerle ve diğer tüketicilerle aktif ve kolay iletişim kurabilmektedir (Verhoef vd., 2021: 889).

İşletmeler, günümüze uyum sağlamak için teknolojiyi tüm çalışma alanlarına dahil etmektedirler. Buna bağlı olarak örgüt yapılarını da teknoloji çerçevesinde şekillendirmektedirler. Gelişen teknolojinin süreçleri zorunlu bir dijitalleşmeye götürmesi ile dijital dönüşüm önem kazanmıştır.

Dijital dönüşüm; organizasyonun bütün elemanlarının dijital teknolojinin hazırladığı zeminde birleşerek verimlilik düzeyini yükseltirken rekabet etme noktasında da istikrar sağlanmasını belirtmektedir. Şirketler dijital dönüşüm sürecinde organizasyon dışından gelen talepleri yanıtlamak ve rakiplerinden daha üstün noktada yer almak amacıyla daha değişken, çevik ve seri niteliklere sahip bir organizasyon dizaynı yapmalı ve bu minvalde bir organizasyon geleneği oluşturmalıdır. Tüm bu süreçlerin sağlıklı olarak devam etmesi için bütün organizasyonun dijital vizyona ulaşmak amacıyla çalışmasının sağlanması ve gelenekselliğin dışında dijital dönüşüme önem veren liderlik stillerinin benimsenmesi önem taşımaktadır. Bu noktada dijital liderler, dijital dönüşüm esnasında teknoloji ve insan kaynağı uyumunun oluşturulmasında ve devamlılık içeren bir dönüşüm sürecinde anahtar durumundadır (Sürücü vd., 2022: 1039-1040).

Günümüzde organizasyonların, iş yaşamını kolaylaştıran birtakım dijital düzenlemeler sonucunda karışık, canlı ve genellikle düzensiz iş ortamlarından; dijital dönüşümün etkisiyle dijital ofislere dönüşmesi sonucu dijital liderlik

kavramı önem kazanmıştır (Dery vd., 2017: 36). Dijital dönüşüm, kendi özünde bir değişimi simgelemektedir. Lider, kişilerin teknoloji vasıtasıyla etkinliğini artırarak dönüşüme adapte olmasını sağlayacak ideal ortam ve kültürü oluşturur. İstikrarlı bir çalışma performansına ulaşmaya yardımcı olacak kişi liderdir. Bir lider, dijital dönüşümde mevcut pozisyon ile hedeflenen arasında köprü kurmalıdır (Özmen vd., 2020: 59-60). Buna göre dijital liderliğin başarılı olmaya teşvik edici ve uzlaştırıcı bir yönü de bulunmaktadır. Organizasyonlar teknolojiden faydalanarak işbirliği yapmaya önem vermektedir ve kurumsal kültürlerini de dijital dönüşüme bağlı yenilemektedirler.

İş süreçlerinde yaşanan dijitalleşme, yalnız olarak değil insan zihninin katkısıyla birleştiğinde bir değer temsil etmektedir. Bu noktada liderlere görev düşmektedir. Liderler, iş modellerinin oluşturulmasında rol oynamaktadır. Yaşanan dijital dönüşümün beraberinde teknolojiye dayalı ilerlemeler, pek çok yeni iş olanağı oluşturmaktadır. Bu durum, geleneksel yapıli işletmeleri olumsuz etkilemektedir. Yapay zeka ve büyük veri gibi unsurların, iş süreçleri üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Bu yüzden liderler, işletmelerin amaçları doğrultusunda doğru kararlar alarak gerekli yönlendirmeyi yapmalıdır (Rüth ve Netzer, 2020: 4).

Endüstri 4.0 teknolojilerinin temelini oluşturduğu dijital dönüşüm, şirketlerde bazı değişimlere neden olmuştur. Dijital dönüşüm kapsamında iş süreçlerinde stratejik bir dönüşüm yaşanmıştır. Dijitalleşme için en ideal yapının kullanılması ve organizasyon üyelerinin bu süreçte olumlu bir tutum içinde bulunmasının sağlanması, dijital dönüşüm kapsamında önem teşkil etmektedir (Özmen vd., 2022: 209). Şirketler dijitalleşme doğrultusunda yeni bir yapısal dizayn oluşturmakta ve böylece işletme 4.0 kavramı oluşmaktadır. İşletme 4.0, güncel dijital teknolojiye odaklanan; iş süreçlerini ve modellerini, örgütsel tasarımı dönüştürerek aktif piyasa koşullarına uyarlayan bir yapıdır (Klein, 2020: 26).

Şirketler, dijital dönüşüm çerçevesinde mevcut teknolojik zeminlerini tekrar gözden geçirerek gerekli değişimleri gerçekleştirmelidir. Organizasyonel düzenlemeler yapılmalı, değişime elverişli bir dizayna geçilmeli ve bu bağlamda organizasyonel kültür ve iş süreçleri özenle incelenerek uygun olan dönüşüm gerçekleştirilmelidir (Tutkunca, 2020: 68).

4. Dijital Liderlik

Dijital liderlik, iş verimini yükseltmek amacıyla dijital teknolojilerin sağladığı avantajı optimal düzeye getirerek liderlik kabiliyetinin ve dijital

yeteneğin bir araya gelmesiyle oluşan bir kavramdır (Wasono ve Furinto, 2018: 126).

Dijital liderlik noktasında liderlik becerileri, dijitalleşme ile birleşmektedir. Geleneksel liderlik kalıplarının dışına çıkılarak teknolojinin sağladığı faydadan dijitalleşme bağlamında yararlanılmaktadır. Bu kapsamda yenilikçi uygulamalar gerçekleştirilerek stratejik rekabet avantajı elde edilmektedir. Bu uygulamalar dijital bir vizyon ile hazırlanmakta ve hayata geçirilmektedir. Teknolojinin katkısıyla organizasyonlarda kolay uygulanabilir kararlar alınmakta ve güçlü işletme politikaları oluşturulmaktadır.

Organizasyonların performansının yükseliş göstermesinde dijitalleşmenin büyük bir yeri vardır. İşletmenin gerekli değişim ve dönüşümü sağlayarak organizasyonun etkinliğini yükseltmesi noktasında liderlik kavramı dikkat çekmektedir. Bundan yola çıkıldığında modern işletmelerde, dijitalleşen çevrede yer edinmek ve başarı sağlamak için gereken donanım, kabiliyet ve kapasiteyi kendinde bulunduran dijital liderlere gereksinim olmaktadır (Promsri, 2019: 2).

Kurumlar yaşanan teknolojik ilerlemelerin beraberinde ortak çalışma sahalarında becerilerine ve stratejik tercihlerine sürekli olarak yenilerini ekleyerek dijital işletmeler olma yolunda ilerlemektedirler. Dijital liderler, teknoloji ve dijitalleşme kapsamında takım arkadaşlarını pozitif yönlü tutum sergilemeye yönelterek kuruma katkı sağlamaktadır (Uçar ve Tutgaç, 2022: 11). Dijital liderlik, bilgi teknolojilerinden aktif şekilde faydalanarak birtakım görüşlerin en hızlı biçimde pratiğe dönüşmesine olanak tanıyarak yenilikçi bir kültürün meydana getirilmesi ve buna devamlılık kazandırılmasında etkin bir rol oynamaktadır. Bu liderlik yaklaşımı, seri olmayı, hiyerarşiyi, ekip çalışmasını ve iş birliğini içermektedir (Ordu ve Nayır, 2021:76).

Dijital dönüşümün başarı kazanmasının temel taşı olan dijital liderlik, dijitalleşmeye çeşitli şekillerde katkı sağlayarak yeni bir kültür oluşturmayı hedeflemelidir. Dijital liderlik, çevik bir bilgi teknolojisi ve çalışma yapısından destek alarak düşünceleri bir an önce uygulanabilir duruma getirerek inovasyon kültürünü oluşturmayı sağlayan bir süreci belirtmektedir (Abbasov ve Tolay, 2021: 62). Günümüzde dijitalleşmenin giderek artması ve stratejik yönetme kabiliyetinin teknolojinin unsurlarıyla birleşmesi sonucunda dijital liderlik biçimi oluşmuştur. Teknoloji faktörü dijital liderlik kavramının önemli bir bileşenidir (Çelik Şahin vd., 2020: 272).

Heyecanlı ve birleştirici yapılarından dolayı organizasyonları teknoloji ile birleştirme ve ekip üyelerini bu doğrultuda yönlendirme noktasında dijital liderler öne çıkmaktadır. Şirketler dijital dönüşüm sürecinde liderin dijital ve

stratejik kabiliyetinden destek alarak farklı disiplinlerdeki kişilerin belirli hedefler doğrultusunda yönlendirilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda dijital liderlik, piyasa koşullarında dijitalleşmenin avantajlarını kullanarak stratejik olarak hareket etme davranışına dayalıdır. Bu noktada piyasaya ve teknolojiye yönelik yeteneklerin birleşiminden meydana gelmektedir (Benitez vd., 2022: 3).

Dijital liderler, teknolojiye dair günceli yakından takip ederek bunun nasıl ilerleyeceğini önceden anlayarak ona göre hareket etmektedirler. Bu durumu iyi bir vizyon ile birleştirerek işletme içinde ve dışında uygulamaya yansıtmaktadırlar. Bilgi ve iletişime dayalı teknolojiden faydalanan kişilerin lider tarafından etkin yönetimi, dijital liderlik bağlamında ifade edilebilir (Büyükbese ve Doğan, 2022: 174).

Dijital liderlik, teknolojinin sunduğu imkanların aktif olarak kullanılmasıyla iş fırsatları oluşturma ve bunlardan değer yaratma becerisidir. Yeni piyasalar keşfetmek hedefiyle dijital liderler, fayda getirisi olan teknolojilere odaklanmaktadır. Rakiplerin teknolojiyi hangi yönde kullandıklarını tespit ederek ve kaynakların bu doğrultuda kullanımını gerçekleştirerek bunu dönüşüm çerçevesinde işletmeye entegre etmektedirler (Uçar ve Tutgaç, 2022: 11).

Dijitalin sağladığı fayda getirisini kullanarak dijital liderler, süreyi ve emeği en tasarruflu şekilde kullanabilen kişilerdir. Dijital liderler bunun yanı sıra sadece dijital yetkinliğe sahip olmayıp klasik liderlik öğelerini de barındırmaktadır. Bundan dolayı liderlik kabiliyetleri dijital olgunluk ve bilgi ile birleşmektedir (Topçuoğlu vd., 2022: 570).

Organizasyonları dijital bir sisteme adapte edebilmek için tekrar dizayn etmek gerekmektedir. Bu bağlamda yeniliğe açık bir örgüt iklimi mevcut olmalıdır. Dijital liderler bu eksende açık bir dijital strateji meydana getirerek örgütün buna uyumlanmasını sağlamalıdır. Dijital dönüşüm kapsamında çalışma sistemini ve uygulamaları yalın bir biçimde dijital ve işletmeye adapte etme becerisi dijital liderliği oluşturmaktadır. Bu açıdan liderliğin dijital yönünü klasik liderlikten ayıran nokta, organizasyonun dijital süreç bağlamında ve dijital bir zeminde hareket etmesinin sağlanmasıdır (Telli, 2022: 311).

Dijital dönüşüm bağlamında dijital liderler, yaşanan dönüşümdeki çıktıları olumlu ve etkin biçimde değerlendirerek müşterilerin isteklerini en iyi şekilde yanıtlamalıdır. Dijital liderler, ekip arkadaşlarının çeşitli kalıplarda bulunmalarına imkan vermelidir. Onlara dair tarafsız değerlendirmelerde bulunarak kendilerine geri bildirimler vermeli ve bu konuda hassasiyet göstermelidir. Ekibin kabiliyetini dikkate alarak bu yönde görev paylaşımı yapmalı ve bu süreci en sağlıklı şekilde yönetmelidir (Güler, 2023: 14). Dijital liderler, ortaya koydukları

liderlik becerilerini teknolojiyle bütünleştirerek bundan en etkin biçimde fayda sağlamalıdır. Takım arkadaşlarıyla güçlü iletişim kurabilmeli, bilgi alışverişi yapabilmeli ve herhangi bir idari güç bulunmadan çevik bir takım meydana getirebilmelidir (Petrucci ve Rivera, 2018:3).

Kurumlar ilerlemeye yönelik uzun vadeli projelerini, dijital liderlerin katkısıyla oluşturarak sürdürülebilir değişimleri oluşturabilirler. En yeni teknik bilgilere ulaşarak bu doğrultuda işletme verimini en üst seviyeye taşıyabilirler. Ayrıca dijital liderlik takım için inovasyona yardımcı olan bir ortam oluşması için gerekli yetki dağılımını da sağlamalıdır. Takımdakiler, çalışma sistemlerini yeni oluşan görevlere entegre ederek daha başarılı olacaklardır. Liderin olumlu katkıları, oluşan inovasyon ortamı dahilinde özendirici bir etki sağlayacaktır (Zhu vd.,2022: 3). Dijital liderlerin açık fikirli olmaları ve yeniliğe pozitif yaklaşımları organizasyona inovatif bir yapı kazanmaya kolaylık sağlamaktadır. Dijital liderlerin, takım çalışmasına önem veren yönü ile organizasyonlar işbirliğine dayalı ve verimli bir çalışma gerçekleştirmektedir.

4.1. Dijital Liderliğin Özellikleri ve Yetkinlikleri

Dijital liderlik, dijital yeterliliği dijital kültüre entegre eder. Dijital liderler, global bir zihniyet yapısında olmalı, kuvvetli iletişim kurmalı ve işletmelerde yenilikçi bir kültürü destekleyerek üretken olmalıdır. Dijital lider, yüksek düzeyde verime ulaşarak ve dijital iş stratejilerine katkı sağlayarak işletmeyi bu yönde harekete geçirmektedir. Ayrıca organizasyonun dijital yeteneklerinin ilerlemesini sağlayarak işletme performansını yükseltmektedir. Dijital bir kültürde, kişileri özgün olmaya yönelten ve dijital ürün ve hizmetler bağlamında merkezi olmayan kararlar alınmasına olanak tanınmaktadır. Dijital liderler, objektif düşünebilen, teknolojiye kolay adapte olan, esnekliği benimseyen ve yeni fikir ve teknolojilere uygun kişilerdir (Shin vd., 2023: 4-5).

Stratejik açıdan düşünmek, öngörülü olmak, gündemi takip etmek, dijital okuryazarlık, güçlü iletişim, dijital strateji oluşturmak, klasik liderlik becerilerini dijitalle dönüştürmek, organizasyonu işbirliği yaparak çalışmaya yöneltmek ve farklı şekillerde düşünmeye özendirmek; dijital liderliğin özelliklerindedir (Kane vd., 2019).

Aşağıda gösterilen Şekil 2’de dijital liderde bulunması gereken özellikler belirtilmiştir. Bu noktada dijital liderin inovatif olması, derin bir bilgi birikimi içinde olması, dönüşümü gerçekleştirecek potansiyele sahip olması ve yeniliğe açık olması gibi özellikler öne çıkmaktadır.

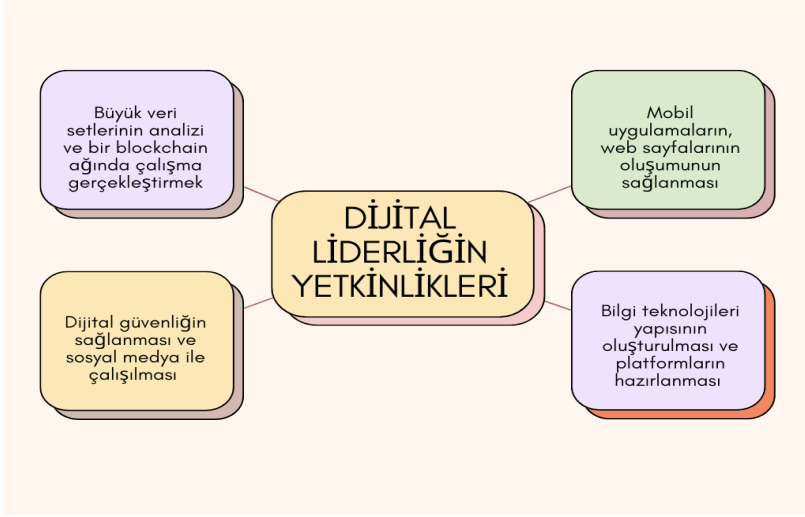


Kaynak: Zhu, P. (2015). Digital Master: Debunk Enterprise Digital Maturity Myths. Morrisville, NC: Lulu Publishing Services.

Şekil 2: Dijital Liderliğin Özellikleri

Dijital liderler genel anlamda yeni ihtimallere açık, araştırmayı seven, vizyon sahibi, dikkat çekici, ekibe mentörlük sağlayan, çalışma ortaklığı gerçekleştiren ve teknolojiye yatkın kişilerdir. Bu liderler ağ odaklı, gelişime açık, uyumlu ve çevik kişilerdir. Dijital liderler, değer oluşturma çabasında bulunan, yeniliğe ilgi duyan ve yaratıcı bireylerdir. Uyum gösterme potansiyelleri, empati yetenekleri ve geri bildirimlere önem vermeleri dijital liderleri öne çıkaran niteliklerdir (Brunner vd., 2023: 4).

Dijital bir lider, dijital teknolojileri kolayca algılayabilmeli, bu teknolojileri mümkün olduğunca basit şekilde incelemeli ve bunlardan en uygun biçimde faydalanmak için gerekli olan dijital beceri setini barındırmalıdır. Dijitalleşmenin avantaj ve dezavantajlarını iyi analiz etmeli ve bu konuda en sağlıklı değerlendirmeyi yapmalıdır. Dijital yetkinlikler dahilinde dijital cihazların, yazılımların, medyanın güvenli kullanımı ve dijital davranış olarak dijital düşünce mantığının karar alma aşamalarına entegre edilmesi önem taşımaktadır. Güçlü bir dijital lider, dijitalleşme görevini en iyi şekilde üstlenmelidir (Hensellek, 2020: 62).



Kaynak: Temelkova, I. (2019). Digital leadership skills – A prerequisite for the development of the high-tech economy. International Journal of Information Theories and Applications, 25(4), 343-364.

Şekil 3: Dijital Liderliğin Yetkinlikleri

Şekil 3'te teknoloji kapsamında dijital liderliğe ilişkin yetkinlikler ele alınmıştır.

4.2. Dijital Liderliğin Önemi

Dijital liderler, dönüşüme uyumlu ve değişim konusunda istekli kişiler oldukları için dönüştürücü bir vizyona ve geniş bir perspektife sahiptir. Bu noktada dijital dönüşüm için önemli görev üstlenmektedirler. Bu bakımdan dijital anlamda derin bir dönüşümün kilit unsurunu oluşturmaktadırlar. Organizasyon için doğru bir takım meydana getirerek gerekli operasyonların hayata geçirilmesinde önem teşkil etmektedirler (Benitez vd., 2022: 2).

Dijital liderlik, organizasyonun çevreye uyum sağlamanın gerçekleştirilmesinde, uzun vadeli belirsizliklere yönelik etkin ve değişime elverişli kararlar verilmesine destek olmaktadır. Etkin dijital liderler, organizasyonu ortak bir paydada buluşturmayı sağlayarak bu doğrultuda kurumsal bir kimlik yaratırlar. Beraberinde pozitif geri bildirimler ile çalışma stresinin de azalmasına fayda sağlamaktadırlar. Dijital liderler, işletmeleri yeni dijital teknolojiden destek almaya yönlendirerek yol gösterici bir konumda yer almaktadır (Zhu vd.,2022: 4).

Dijital liderler, işletmelerin maliyetlerini düşürmek ve iş operasyonlarının niteliğini artırmak için iş süreçlerinde dijitalleşmeye gitmişlerdir. Dijitalleşmede başarıya ulaşmak için fiyat ve kaliteyi bir uyum halinde birleştirerek maliyetin en uygun seviyeye gelmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda müşteri deneyimi oluşmasına katkı sağlayarak, müşterilerin işletmeye erişimindeki problemleri de ortadan kaldırmaktadır (Nambisan vd. 2017: 226).

5. Sonuç

Teknoloji alanında yaşanan hızlı değişimler, kişileri ve süreçleri dijitalleşmeye sevk etmiştir. Yaşamımızın her anında gerçekleşen dijitalleşme, iş süreçleri üzerinde de etkin bir dönüşüm meydana getirmiştir. Dijital dönüşüm çağına kadar liderlik genel olarak klasik bir çerçevede ilerlemiştir. Liderlik, temel olarak iyi bir vizyona sahip olmayı ve organizasyonları doğru şekilde ve bir hedef doğrultusunda birlikte hareket etmeye yönlendirmeyi içerir. Temel liderlik becerileri, dijital dönüşümün de etkisiyle dijital yetenekler ile birleşmiştir. Bunun sonucunda dijital liderlik kavramı ortaya çıkmıştır.

Dijital liderler, bilgi teknolojilerinden en doğru şekilde en yüksek faydayı sağlayabilen kişilerdir. Dijitalliği organizasyonlar ile bütünleştirerek teknolojinin sağladığı avantajları işlevsel faydaya dönüştürmektedirler. Dijital liderler, organizasyonu bir ekip olarak görmekte ve bu zeminde hareket ederek, geri bildirimler vererek aynı zamanda empati yeteneğini kullanarak örgüt üyelerini en iyi biçimde anlamaya çalışmaktadır. İş birliğine dayalı bir çalışma sistemi oluşturarak her kademenin etkin olmasını sağlamaktadırlar.

Dijital liderler, teknolojinin desteğiyle yeni pazarlara yönelik araştırmalar yaparak rakiplerin kullandıkları teknolojileri saptamaktadırlar. Dijital liderler bu doğrultuda işletmenin kaynak kullanımını gerçekleştirerek organizasyonu dijitalleşmeye uyumlar. Ayrıca dijital liderler, her organizasyon üyesinin katılımını sağlamaya çalışarak esnek ve merkezi olmayan bir karar mekanizması oluşturulmasında önemlidirler. Dijital liderler, çalışanların kendi potansiyellerini göstermelerine imkân vererek performanslarını artırmalarını sağlamak ve iş veriminin artmasına katkıda bulunmaktadır.

Dijital liderler, uzun süreli belirsizliklerle karşı karşıya kalındığında teknolojinin faydasını kullanarak organizasyon için en doğru kararların alınmasında etkin rol oynamaktadır. Tüm bunlar göz önüne alındığında işletmeler, liderlerin dijital yetenekleri öne çıkarmaları için fırsat tanınmalıdır. Teknoloji ve organizasyon bütünleşmesini sağlayabilen liderler, daha hızlı ve verimli kararlar alınmasını sağlayarak hem organizasyon üyelerinin performansını artırabilir

hem de bu ekseninde şirket politikaları oluşturulmasına katkı sağlayarak işletme verimliliğini daha üst seviyelere çıkarabilir.

Kaynakça

Abbasov, A. ve Tolay, E. (2021). Dijital liderliğin bireysel performans üzerindeki etkisi- Azerbaycan’da endüstri 4.0 teknolojilerini uygulayan bir firmada araştırma. *İzmir Yönetim Dergisi*, 2 (1) , 59-74.

Araujo, L.M. de, Priadana, S., Paramarta, V., and Sunarsi, D. (2021). Digital leadership in business organizations: an overview. *International Journal of Educational Administration, Management and Leadership*, 2 (1), 45-56.

Benitez, J., Arenas, Á.E., López, A.C. and Esteves, J. (2022). The effect of digital leadership ability on innovation performance: The role of platform digitalization ability. *Enf. Management*, 59(2), 1-17.

Brunner, T. J., Schuster, T., and Lehmann, C. (2023). The long arm of leadership: The positive impact of digital leadership on managing technology-driven change through strengthened service innovation capacity. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-24.

Büyükbeşe, T. ve Doğan, Ö. (2022). Dijital Liderliğin Yenilikçi İş Davranışı ve İş Performansı Üzerine Etkisi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)* , 14 (26), 173-186.

Çelik Şahin, Ç. , Avcı, Y. E. ve Anık, S. (2020). Dijital liderlik algısının metaforlar yoluyla incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(73), 271-286.

Dery, K., Sebastian, I.M., and van der Meulen, N. (2017). The digital workplace is the key to digital innovation. *MIS Q. Execute*. 16, 135–153.

Eberl, J.K. and Drews, P. (2021). Digital leadership – mountain or molehill? A literary evaluation. *International Wirtschaftsinformatics Conference* 223-237. doi: 10.1007/978-3-030-86800-0_17.

Gök, S. G., ve Aydemir, P. (2021). Dijital liderliğin kriz yönetimi üzerindeki etkisi: Bilgi paylaşımının aracı rolü. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 10(3), 195-222.

Güler, H. N. (2023). Dijital liderlik çalışmalarının analizi. *Topkapı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (2), 11-20.

Hensellek, S. (2020). Digital leadership: A framework for success leadership in the digital age. *Journal of Media Management and Entrepreneurship*, 2(1), 55-69.

Kane, G.C., Philips, A.N., Copulsky, J., and Andrus, G. (2019). How digital leadership (is) different. *MIT Sloan Management* 60, 34–39.

Klein, M. (2020). İşletmelerde Dijital Dönüşüm ve Etmenleri. *Journal of Business in The Digital Age*, 3 (1) , 24-35.

Ordu, A. ve Nayır, F. (2021). Dijital Liderlik Nedir? Bir Tanım Önerisi . *e-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 68-81.

Özmen, Ö. N. , Eriş, E. ve Özer, P. (2020). Dijital liderlik çalışmalarına bir bakış. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 57-69 .

Özmen, Ö., Eriş, E. D., ve Özer, P. (2022). Dijital Dönüşüm ve Liderlik: Sanayi Sektöründe Bir İnceleme. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(Kongre Özel Sayısı), 206-231.

Petrucci, T. and Rivera, M. (2018). Leading growth through the digital leader. *Journal of Leadership Studies*, 12(3), 53-56.

Promsri, C. (2019). The developing model of digital leadership for a successful digital transformation. *GPH-International Journal of Business Management (IJBM)*, 2(08), 01-08.

Rüth, R. and Netzer, T. (2020). Key elements of cultural intelligence as a driver of digital leadership success. *Leadership, Education, Personality: An Interdisciplinary Journal*, 2, 3-8.

Sağbaş, M. ve Erdoğan, F. A. (2022). Digital leadership: A systematic conceptual literature review. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(1), 17-35.

Sürücü, L., Yıkılmaz, İ., ve Maşlakçı, A. (2022). Dijital liderlik: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 1038-1050.

Telli, E. (2022). İşletmelerin dijital dönüşüm yolculuğunda liderlik: Transformasyonel (Dönüşümcü) liderlikten dijital liderliğe. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 307-318.

Topçuoğlu, E., Kavak, O. ve Yenikaya, M.A. (2022). İnovatif bir strateji olarak dijital liderliğin teknoloji kabul modeli ile analizi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(42), 569-585.

Tutkunca, T. (2020). İşletmelerde dijital dönüşüm ve ilgili bileşenlerinin analiz edilmesi üzerine kavramsal bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 65-75.

Uçar, Z. ve Tutgaç, C. (2022). İşgörenlerin dijital okuryazarlık algısı ve dijital teknolojilere erişim motivasyonu ilişkisi üzerinde dijital liderliğin düzenleyicilik rolü. *İzmir Yönetim Dergisi*, 3 (1), 8-22.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., and Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.

Wasono, L. W. and Furinto, A. (2018). The effect of digital leadership and innovation management for incumbent telecommunication company in the digital disruptive era. *International Journal of Engineering and Technology*, 7, 125-130.

Zhu, J., Zhang, B., Xie, M., and Cao, Q. (2022). Digital Leadership and Employee Creativity: The Role of Employee Job Preparation and Person-Organization Fit. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-12.

Zhu, P. (2015). *Digital Master: Debunk Enterprise Digital Maturity Myths*. Morrisville, NC: Lulu Publishing Services.

BÖLÜM XII

TODA VE YAMAMOTO YAKLAŞIMIYLA NEDENSELLİK ANALİZİ: PARAMETRİK BİR UYGULAMA

Causality Analysis with Toda and Yamamoto Approach: A Parametric Application

Muhammet Sait İŞILDAK

(Doç. Dr.), Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Zile Meslek Yüksekokulu,

E-mail: muhammetsait.isildak@gop.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5715-7090

1. Giriş

Risk, kayba veya zarara uğrama olarak tanımlanabilir (Wolf ve Karszes, 2023:3301). Risk, belirlenen hedeflerin gelecekteki durumlardan etkilenme ihtimalidir (Kızılboğa, 2012:299; Şenol ve Karaca, 2017:3). Risk, olumsuz olayın meydana gelmesiyle ilgili değişikliği ifade eder (Weston ve Brigham, 1990:113) Risk, bilgi disiplini alanlarında farklı şekillerde tanımlanmış ve yorumlanmıştır (Fone ve Young, 2005: 11). Risk, genel olarak ölçülemeyen ve sadece tahminlerde bulunarak belirgin hale getirilebilen bir olgudur. Bunun için istatistiksel veya ekonometrik yöntemler kullanarak bir öngöründe bulunmak mümkün olabilmektedir. Ekonomik anlamda risk, bilinmeyeni hesaplamalara ve olasılıklara dönüştürerek kontrol altına almada kullanılan bir olgudur (Lupton, 2013:20). Finansal risk, bir işletmenin yüklenilebileceği finansal kaldıraç derecesini ifade eder (Okka, 2015:266). Finansal açıdan risk, planlanan durumdan sapma ihtimalidir. Finansal risk, bir işletmenin çeşitli finansal faaliyetlerinde, iç ve dış ortamlar ile öngörülemeyen veya kontrol edilemeyen çeşitli faktörler nedeniyle finansal sistemin işleyişinin beklenen hedeflerden sapması sonucu ortaya çıkan ekonomik kayıp olasılığı veya ihtimalidir (Wang vd., 2023:1).

Risk iştahı, stratejik hedeflere ulaşmada kabul edilebilen risk düzeyidir (Aven, 2013:462). Risk iştahı, yatırımcıların belirsizliğe katlanmaya istekli olma derecesine ve varlık fiyatlarını yönlendiren temel faktörlerdeki belirsizlik düzeyine bağlıdır (Brenda ve Hermsillo, 2008:6). Piyasa belirsiz ve getiri yüksekse yatırım arzusunda bir artış olması risk iştahının bir göstergesidir (Saraç vd., 2016:30). Dolayısıyla, risk iştahı menkul kıymetleri elinde tutma ve yatırıma yönelme derecesini göstermektedir. Yani bu anlamda risk iştahı ile BİSTXU100 endeksinin birbiriyle ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Bu ilişkiyi görebilmek adına yatırımcı risk iştahı analize eklenmiştir.

Bir diğer endeks olan Kurumsal Yönetim Endeksi (XKURY) BİST'te kurumsal yönetim ilkelerinin uygulandığı işletmelerden oluşmaktadır. Kurumsal Yönetim ilkeleri ise genel anlamda adilik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluk ilkeleridir (Millstein, 2000:28). BIST Kurumsal yönetim endeksi ise Sermaye piyasası kanununda Borsa İstanbul A.Ş. tarafından bu ilkelerin uygunluğuna göre seçilen işletmelerden oluşmaktadır. Yani kurumsal yönetim endeksinde tabi olan işletmelerin Borsa İstanbul'da işlem gören şirketler olduğundan aralarında bir ilişki olacağı düşünüldüğünden analize eklenmiştir.

Çalışmada BİSTXU100 endeksi, yatırımcı risk iştahı ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi arasındaki nedensellik incelenecek olup ilk önce kullanılacak yöntem tanıtılacaktır. Daha sonra uygulanan yöntemle ilgili süreç çalıştırılacak ve bulunan sonuçlar literatür ile karşılaştırılarak yorumlanacaktır.

2. Literatür

Yapılan literatür taramasında BİSTXU100 endeksi, yatırımcı risk iştahı (YRİE) ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi (KYOE) arasındaki nedenselliği araştıran çalışmaya ulaşılamaması çalışmayı özgün bir araştırma özelliği katmaktadır. Literatür taraması sonucunda, BİSTXU100 endeksi, YRİE ve KYOE'ni konu alan ve nedensellik ilişkisini inceleyen çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Ali (2011) çalışmasında 01/2000-12/2010 dönemi aylık verilerini kullanarak Dhaka Menkul Kıymetler Borsası'ndaki hisse senedi fiyatları ile teknik olarak dört mikro ekonomik değişken (piyasa temettü getirisi, piyasa fiyat-kazanç çarpanları, aylık ortalama piyasa kapitalizasyonu ve aylık ortalama işlem hacmi) arasındaki uzun vadeli denge ilişkisini Johansen ve Juselius Eş bütünleşme testi ve nedenselliğin yönünü Toda-Yamamoto Granger Nedensellik testiyle analiz yapmıştır. Dhaka Menkul Kıymetler Borsası ile mikro ekonomik

değişkenler arasında uzun vadeli denge ilişkisinin olduğu, tüm hisse senedi fiyat endeksiyle piyasa temettü getirisi arasında hiçbir şekilde nedensellik ilişkisi olmadığı, piyasa fiyatı kazanç çarpanı ve aylık ortalama işlem hacmiyle iki taraflı nedensellik ilişkisi olduğu ve aylık ortalama piyasa kapitalizasyonu ters taraflı nedenselliğin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Avcı (2020) çalışmasında 2003Q1-2018Q4 dönemini içeren üçer aylık veri kullanarak Johansen eş bütünleşme analizi, uzun vadeli ilişkiyi yapısal kırılmayı kullanan Toda-Yamamoto ve Gregory Hansen eş bütünleşme analizi yaparak CDS primleri ile BIST100 endeks getirisi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. CDS primleri ile BIST100 endeks getirisi arasında uzun süreli ilişkinin olduğu ve BIST100 endeks getirisinden CDS primine doğru tek taraflı nedensellik olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Balat (2020) çalışmasında 2013-2019 dönemi verilerini kullanarak BIST100 endeksiyle yabancı ve yerli yatırımcı risk iştahı endeksi arasındaki ilişkiyi görebilmek için Granger nedensellik ve Johansen eş bütünleşme analizi uygulamıştır. BIST100 endeksinden yabancı ve yerli yatırımcı risk iştahı endeksi arasında nedensellik olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çifçi ve Reis (2020) çalışmalarında 01/01/2013-31/12/2018 dönemi verilerini kullanarak Borsa İstanbul yatırımcılarının risk iştahı ile sermaye piyasası likiditesi arasındaki ilişkiyi Toda-Yamamoto nedensellik yöntemiyle incelemişlerdir. Risk iştahından sermaye piyasası likiditesi arasında tek taraflı nedensellik olduğunu belirtmişlerdir.

Demirci ve Sinoplu (2023) çalışmalarında 03/2016-03/2022 dönemi üçer aylık verilerini kullanarak yatırımcı risk iştahıyla hisse senedi getirisi ilişkisini panel regresyon yöntemi kullanarak incelemişlerdir. Yerli yatırımcı risk iştahındaki değişimin hisse senedi getirisini istatistiksel olarak açıklarken, yabancı yatırımcının risk iştahındaki değişimin hisse senedi getirilerini istatistiksel olarak açıklamadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Gürsoy (2020) çalışmasında 02/24/2011-06/01/2020 dönemleri arasında VIX endeksindeki fiyat hareketliliğinin gelişmekte olan BRICS ülke borsalarına etkisini Toda-Yamamoto nedensellik analiziyle incelemiştir. VIX endeksi ile Rusya ve Güney Afrika borsası arasında iki taraflı nedensellik ilişkisi olduğu, Hindistan ve Çin borsası arasında tek taraflı nedensellik ilişkisi olduğu ve Brezilya borsası arasında nedensellik olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Jelilov vd., (2020) çalışmalarında 01/2007-12/2018 arasındaki Nijerya Bankası aylık verilerini kullanarak yabancı portföy yatırımlarının Merkez Bankasının Para Politikası kararlarına tepkisini Toda Yamamoto nedensellik

modeli ve genelleştirilmiş etki tepki fonksiyonu ile analiz etmişlerdir. Para politikasındaki değişikliklerin yabancı portföy yatırımlarına etkisi 6 aylık gecikmeyle gerçekleştiği, portföy yatırımcıları için sadece bir sinyal aracı olduğu, para politikası faiz oranındaki değişikliklerin tek başına bir etkisinin olmadığı ve nakit rezerv oranının yabancı portföy yatırımları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonuçlarına ulaşmışlardır.

Köycü (2022) **çalışmasında** 15.03.2019-13.03.2020 dönemi verilerini kullanarak BİST100 endeksiyle yatırımcı risk iştahı arasında COVID-19 öncesi ve sonrası ilişkiyi granger nedensellik yöntemiyle analizi yapmıştır. COVID-19 öncesi ve sonrası dönem için BIST100 endeksinden yatırımcı risk iştahına doğru %1 düzeyde tek taraflı nedenselliğin olduğunu belirtmiştir.

Mishra (2014) çalışmasında 1978-1979 ile 2010-2011 dönemini içeren yıllık verilerle Hindistan'da altın fiyatı ile sermaye piyasası hareketi ilişkisini Toda-Yamamoto Granger nedensellik analiziyle incelemiştir. BSE 30 Endeksiyle altın arasında çift taraflı nedenselliğin olduğunu belirtmişlerdir.

Nur (2022) çalışmasında BİST mali endeksiyle risk iştahı arasındaki nedensellik ilişkisini 06/06/2008-07/11/2021 dönemi verilerini kullanarak doğrusal olmayan ARDL, doğrusal ARDL, asimetric Hatemi-J ve Toda-Yamamoto analizleri yaparak incelemiştir. Risk iştahı endeksiyle BİST mali endeksin aralarında doğrusal ve doğrusal olmayan ARDL analizine göre uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisinin olduğu, Toda-Yamamoto granger nedensellik analizine göre BİST mali endeksinden risk iştahına doğru tek taraflı nedenselliğin olduğu ve Hatemi-J asimetric nedensellik analizine göre asimetric nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özer (2020) çalışmasında risk iştahı endeksi ve makro ekonomik değişkenlere ait 2008-2019 dönemi haftalık verilerini kullanarak granger nedensellik ve VAR model analizi yapmıştır. Granger nedensellik analizine göre risk iştahı endeksinden seçilen makro ekonomik değişkenlere doğru nedensellik ilişkisinin olmadığı; BIST100 Endeksi, VIX Endeksi, dolar ve altından risk iştahına doğru nedensellik olduğu; varyans ayrıştırma analizine göre risk iştahı endeksindeki değişimin %70'inin kendi şoklarından ve BIST-100 endeksinden ve %9,8 ABD tahvil faizleri, %7,6 SP500 Endeksi ve %4,7 altın fiyatlarından etkilendiği sonuçlarına ulaşmıştır.

Sakarya ve Akkuş (2018) çalışmalarında 05/01/2010-22/06/2018 dönemi için VIX endeksi ile BİSTXU100 endeksi, XBANK, XUMAL ve XUTEK endeksleri arasındaki ilişkiyi PP ve ADF birim kök testi, ARDL sınır testi ve Toda-Yamamoto analizi yaparak incelemiştir. Endeksler arasında uzun

dönemli istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu ve VIX endeksinden XBANK, XU100, XUTEK ve XUMAL endekslerine doğru nedenselliğin tek yönlü olduğunu belirtmişlerdir.

Siami-Namini (2017) çalışmasında 1994Q2 ile 2010Q1 dönemini kapsayan İran'ın nominal döviz kurları, hisse senedi fiyat endeksi, likidite ve tüketici fiyat endeksine ait üçer aylık verilerle döviz kuru ve hisse senedi fiyatı ilişkisini Johansen-Juselius eş bütünleşme testiyle uzun vadeli ilişkiyi, Toda-Yamamoto yöntemiyle kısa vadeli dinamik nedensellik ilişkiyi incelemiştir. Hisse senedi fiyat endeksiyle döviz kuru arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığını belirtmiştir.

Śmiech ve Papież (2012) çalışmalarında 10/2001-06/2012 dönemi haftalık verilerini kullanarak fosil yakıt fiyatları, döviz kurları ve Alman Hisse Senedi Endeksi arasındaki nedenselliği Toda-Yamamoto yöntemiyle araştırmışlardır. Finansal piyasalardaki oynaklık düzeyine bağlı olarak değişkenler arasındaki ilişkinin zaman içinde değiştiği ve USD/EUR döviz kurunun petrol fiyatları üzerinde istikrarlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Tekin ve Yener (2019) çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri, BRICS ülkeleri ve Hindistan ülkelerinin 1998Q1-2017Q4 dönemi borsa verileri ve GSYH değerlerini kullanarak hisse senedi piyasalarının değeri ile ekonomik büyüme arasındaki nedenselliği Toda-Yamamoto yöntemiyle analiz etmişlerdir. Ekonomik büyümeye doğru Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ve BRICS ülkeleri borsa endekslerinden tek taraflı (arz öncülü hipotez) Almanya'dan ise çift taraflı (geri bildirim hipotezi) nedenselliğin olduğunu belirtmişlerdir.

3. Veri Seti ve Yöntem

Çalışmanın kapsamı, 31/12/2010-29/09/2023 dönemini içeren 668 haftalık verinin doğal logaritmik getirilerinden oluşmaktadır. Veriler Merkezi Kayıt Kuruluşu dijital adresinden alınmıştır. Çalışmanın amacı BİSTXU100 endeksi, yatırımcı risk iştahı (YRİE) ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi (KYOE) arasındaki nedenselliği Toda-Yamamoto yöntemiyle analiz etmektir. VAR modelde doğru sonuca ulaşmak için doğru eş bütünleşme ve gecikme uzunluğunun ($k+d_{max}$) olması granger nedenselliğin belirlenmesi için önemlidir (Şengül ve Tuncer, 2006:8-9). Toda-Yamamoto VAR modelde granger nedenselliği birim kök testi ön koşulu olmadan seviye değerleriyle analiz etmişlerdir. Serbestlik derecesinin $k+d_{max}$ 'a eşit veya büyük olması durumunda Wald istatistiğinin asimptotik bir ki-kare dağılımı gösterdiğini belirtmişlerdir (Toda ve Yamamoto, 1995:229).

Toda-Yamamoto'ya göre, serilerin farklı düzeylerde durağan olması veya olmaması önemli değildir. Yani, serilerin durağanlık düzeyleri yerine düzey değerlerin kullanılmasıyla da VAR tahmini yapılabilir.

Ampirik uygulamamıza yer alan BİSTXU100 endeksi, YRİE ve KYOE arasındaki ilişkiyi Toda-Yamamoto (1995) yöntemiyle analiz edebilmek için üç ayrı model kurulmuştur. Her modelde birisinin bağımlı değişken kabul edilerek ele alındığı VAR modeller aşağıdaki (1-3 nolu) denklemler şeklinde oluşturulabilir (Toda ve Yamamoto, 1995:232; García-del-Hoyo vd., 2021:8; İbrahim ve Hanafy, 2020:1556-1557; Qamruzzaman ve Karim, 2020:117).

$$\begin{aligned}
 & \text{YRİE} \\
 & = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \text{YRİE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \alpha_{2j} \text{YRİE}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \gamma_{1i} \text{BİSTXU100}_{t-1} \\
 & + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \gamma_{2j} \text{BİSTXU100}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} \text{KYOE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \delta_{2j} \text{KYOE}_{t-j} \\
 & + \varepsilon_{1t}
 \end{aligned} \tag{1}$$

$$\begin{aligned}
 & \text{YRİE} \\
 & = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} \text{YRİE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \alpha_{2j} \text{YRİE}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \gamma_{1i} \text{BİSTXU100}_{t-1} \\
 & + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \gamma_{2j} \text{BİSTXU100}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} \text{KYOE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \delta_{2j} \text{KYOE}_{t-j} \\
 & + \varepsilon_{1t}
 \end{aligned} \tag{2}$$

$$\begin{aligned}
 \text{YRİE} = \omega_0 + \sum_{i=1}^k \omega_{1i} \text{YRİE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \omega_{2j} \text{YRİE}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \mu_{1i} \text{BİSTXU100}_{t-1} \\
 + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \mu_{2j} \text{BİSTXU100}_{t-j} + \sum_{i=1}^k \lambda_{1i} \text{KYOE}_{t-1} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \lambda_{2j} \text{KYOE}_{t-j} \\
 + \varepsilon_{1t}
 \end{aligned} \tag{3}$$

Toda-Yamamoto yönteminin hesaplanmasında uygulanacak süreç şöyledir. Toda-Yamamoto yönteminde öncelikle VAR modelde uygulanacak gecikme uzunluğunun kaç olacağını belirlemek gerekir. Toda-Yamamoto yönteminde gecikme uzunluğu VAR modelde uygulanacak gecikme uzunluğu, uygun gecikme uzunluğuyla (**k**) maksimum bütünleşme derecesinin (**dmax**) birleşiminden (**k+dmax**) oluşur. Yani, Toda-Yamamoto yönteminde gecikme uzunluğu maksimum bütünleşme derecesinden (**k+dmax**) oluşur. Birim kök analizi yapılarak **dmax** belirlenir. VAR model kullanılarak uygun **k** değeri belirlenir. Böylece **dmax** değeri ile **k** değeri toplanarak VAR modelde uygulanacak toplam gecikme uzunluğu bulunmuş olur. (Songur ve Yüksel, 2018:61). VAR analiziyle tahmin edilen regresyon denklemleri üzerinde nedensellik ilişkilerini görebilmek için kalıntılarının birbiriyle ilişkili

(Seemengliy Unrelated Regression) durumları analiz edilir. Analizle bulunan denklemlere Wald test uygulayarak seriler arasındaki nedensellik durumları bulunur. Analizlerin yapılmasında Eviews13 yazılımı kullanılmıştır.

4. Bulgular

Çalışmada BİSTXU100 endeksi, yatırımcı risk iştahı ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi ne ait verilerin doğal logaritmaları alınarak kullanılmıştır. Doğal logaritmaları alınan serilere ait tanımlayıcı bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: BİSTXU100, YRİE ve KYOE Serilerine ait Tanımlayıcı Bilgiler

	BİSTXU100	YRİE	KYOE
Mean	-0,0034	0,00007	-0,0033
Median	-0,0055	-0,0065	-0,0047
Maximum	0,1439	0,5762	0,1421
Minimum	-0,1151	-0,3712	-0,1047
Std. Dev.	0,0347	0,1019	0,0343
Skewness	0,3739	0,5409	0,5338
Kurtosis	4,3651	5,8287	4,6451
Jarque-Bera	67,23	254,53	106,72
Probability	2,5203	0,0000	0,0000
Sum	-2,2588	-0,0446	-2,2092
Sum Sq. Dev.	0,8022	6,9095	0,7824
Observations	666	666	666

Finansal zaman serilerinde öncelikle durağanlığın sağlanması gerekir. Durağanlık sağlanmadığında regresyon sadece ilgili dönem için sonuç üretir tahmini değerlerde anlamsız sonuçlar üretir (Gujarati, 2016:320). Durağanlık düzeylerin belirlenmesinde sabitli, sabit ve trendli ve sabit ve trendsiz düzeylerde birim kök ADF test sonuçları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: ADF Test Sonuçları

Düzeyde	I(0)	BİSTXU100 endeksi	YRİE	KYOE
Sabitli	t-Statistic	-25,18289	-30,47449	-25,18846
	Prob.	0,0000	0,0000	0,0000
Sabit ve trendli	t-Statistic	-25,46000	-30,46000	-25,42244
	Prob.	0,0000	0,0000	0,0000
Sabit ve trendsiz	t-Statistic	-24,97748	-30,49747	-24,98467
	Prob.	0,0000	0,0000	0,0000

Tablo 2’de görüleceği üzere BISTXU100 endeksi yatırımcı risk iştahı ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi düzey değerlerde anlamlı oldukları için, maksimum eş bütünleşme derecesi ($d_{max}=I[0]$) sıfırdır.

Kısıtsız VAR model oluşturularak analiz yapılmış ve uygun gecikme uzunluğu Tablo 3’te olduğu üzere belirlenmiştir.

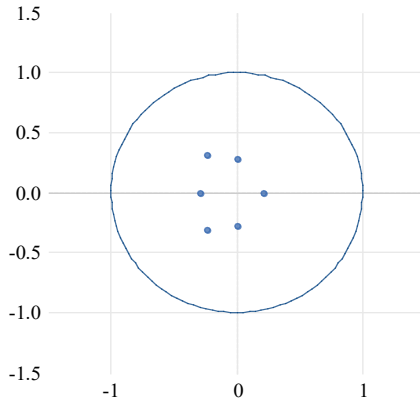
Tablo 3: Kısıtsız VAR Modelde Gecikme Uzunluğu

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	3350,18	NA	7.66e-09	-10,17378	-10,15331	-10,16584
1	4020,86	1333,21	1.02e-09	-12,18497	-12,10310	-12,15324
2	4057,43	72,367	9.43e-10	-12,26878	-12,12551*	-12,21324
3	4077,97	40,441	9.10e-10	-12,30383	-12,09916	-12,22449
4	4102,87	48,824	8.67e-10	-12,35217	-12,08610	-12,24903
5	4120,06	33,557*	8.46e-10*	-12,37709*	-12,04961	-12,25014*
6	4126,43	12,357	8.53e-10	-12,36907	-11,98019	-12,21831
7	4129,45	5,850	8.68e-10	-12,35091	-11,90063	-12,17635
8	4134,35	9,419	8.79e-10	-12,33843	-11,82675	-12,14007

* En uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Tablo 3’te görüleceği üzere AIC kriterine göre en küçük değerli 5 gecikmeli tablo değeri (**-12,40235**) en uygun gecikme uzunluğudur. Toplam gecikme uzunluğu, maksimum eş bütünleşme derecesi ile en uygun gecikme uzunluğunun toplamı olan ($k+d_{max}=0+5$) beş değeridir.

Finansal zaman serilerinin durağan olması önemlidir. Durağanlığın ölçülmesinde, Otoresif (AR) karakteristik polinom ters kök analizi kullanılabilir. Serilerin durağan olduğunu gösteren AR karakteristik polinom ters kök analizi sonucu Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: AR Karakteristik Polinom Ters Kök Testi

Şekil 1’de görüleceği üzere AR karakteristik polinom ters kökleri daire içinde olması serilerin durağan olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, kurulan VAR model istikrarlıdır ve kullanılabilir.

Finansal zaman serilerinde otokorelasyon olmaması önemlidir. Kısıtsız VAR analizi için Serial Correlation LM Testi uygulanmış ve Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4: Serial Correlation LM Testi Sonuçları

Lag	LRE* stat	df	Prob.	Rao F-stat	df	Prob.
1	39,4627	9,0000	0,0000	4,4298	(9, 1586,9)	0,0000
2	43,3024	9,0000	0,0000	4,8667	(9, 1586,9)	0,0000
3	50,2522	9,0000	0,0000	5,6602	(9, 1586,9)	0,0000
4	22,2730	9,0000	0,0081	2,4867	(9, 1586,9)	0,0081
5	47,0522	9,0000	0,0000	5,2944	(9, 1586,9)	0,0000

Tablo 4’te görüleceği üzere görüldüğü gibi 5 gecikmeli LM istatistik değerlerine göre model otokorelasyon içermemektedir. Sonuç olarak, VAR model istikrarlıdır ve beş gecikmeli olarak kurulabilir. Değişen varyans ve eşzamanlı korelasyon dikkate alınarak VAR model beş gecikmeli olarak tekrar kurulmuştur. Denklemler arasındaki kalıntılardan arındırmak için görünürde ilişkisiz regresyon (Seemingly Unrelated Regression) yöntemiyle tekrar tahmin edilerek sonuçları aşağıda verilmiştir.

$$\begin{aligned} \mathbf{BISTXU100} = & C(1)*\mathbf{BISTXU100}(-1) + C(2)*\mathbf{BISTXU100}(-2) + C(3) \\ & * \mathbf{BISTXU100}(-3) + C(4)*\mathbf{BISTXU100}(-4) + C(5)*\mathbf{BISTXU100}(-5) \\ & + C(6)*\mathbf{YRIE}(-1) + C(7)*\mathbf{YRIE}(-2) + C(8)*\mathbf{YRIE}(-3) + C(9)*\mathbf{YRIE}(-4) \\ & + C(10)*\mathbf{YRIE}(-5) + C(11)*\mathbf{KYOE}(-1) + C(12)*\mathbf{KYOE}(-2) + C(13)*\mathbf{KYOE}(-3) \\ & + C(14)*\mathbf{KYOE}(-4) + C(15)*\mathbf{KYOE}(-5) + C(16) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \mathbf{YRIE} = & C(17)*\mathbf{BISTXU100}(-1) + C(18)*\mathbf{BISTXU100}(-2) + C(19) \\ & * \mathbf{BISTXU100}(-3) + C(20)*\mathbf{BISTXU100}(-4) + C(21)*\mathbf{BISTXU100}(-5) \\ & + C(22)*\mathbf{YRIE}(-1) + C(23)*\mathbf{YRIE}(-2) + C(24)*\mathbf{YRIE}(-3) + C(25)*\mathbf{YRIE}(-4) \\ & + C(26)*\mathbf{YRIE}(-5) + C(27)*\mathbf{KYOE}(-1) + C(28)*\mathbf{KYOE}(-2) + C(29)*\mathbf{KYOE}(-3) \\ & + C(30)*\mathbf{KYOE}(-4) + C(31)*\mathbf{KYOE}(-5) + C(32) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \mathbf{KYOE} = & C(33)*\mathbf{BISTXU100}(-1) + C(34)*\mathbf{BISTXU100}(-2) + C(35) \\ & * \mathbf{BISTXU100}(-3) + C(36)*\mathbf{BISTXU100}(-4) + C(37)*\mathbf{BISTXU100}(-5) \\ & + C(38)*\mathbf{YRIE}(-1) + C(39)*\mathbf{YRIE}(-2) + C(40)*\mathbf{YRIE}(-3) + C(41)*\mathbf{YRIE}(-4) \\ & + C(42)*\mathbf{YRIE}(-5) + C(43)*\mathbf{KYOE}(-1) + C(44)*\mathbf{KYOE}(-2) + C(45)*\mathbf{KYOE}(-3) \\ & + C(46)*\mathbf{KYOE}(-4) + C(47)*\mathbf{KYOE}(-5) + C(48) \end{aligned}$$

BISTXU100 endeksi, yatırımcı risk iştahı ve kurumsal yönetim uygunluk endeksi arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde Wald testi kullanılabilir. (Küçükaksoy vd., 2015:705). YRİE ve KYOE BISTXU100 endeksleri arasındaki kalıntılardan arındırılmış ilişkisiz regresyon denkleminde elde edilen sonuçlar üzerinde Wald Test için şu şekilde hipotezler oluşturulabilir.

1. Hipotez: BISTXU100'den YRİE'ye doğru nedensellik yoktur.
“C (6) + C (7) + C (8) + C (9) + C (10) = 0”
2. Hipotez: BISTXU100'den KYOE'e doğru nedensellik yoktur.
“C (11) + C (12) + C (13) + C (14) + C (15) = 0”
3. Hipotez: YRİE'den BISTXU100'e doğru nedensellik yoktur.
“C (17) + C (18) + C (19) + C (20) + C (21) = 0”
4. Hipotez: YRİE'den KYOE'e doğru nedensellik yoktur.
“C (27) + C (28) + C (29) + C (30) + C (31) = 0”
5. Hipotez: KYOE'den BISTXU100'e doğru nedensellik yoktur.
“C (33) + C (34) + C (35) + C (36) + C (37) = 0”
6. Hipotez: KYOE'den YRİE'ye doğru nedensellik yoktur.
“C (38) + C (39) + C (40) + C (41) + C (42) = 0”

Birinci hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde karşılaştırma yapılmış ve sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo: 5 Birinci Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value		Df	Probability
Chi-square	1,230463		1	0,2673

Ki-kare Probability değeri (0.2673>0,01) %10'dan büyük olduğu için “BISTXU100'den YRİE'ye doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmiştir. İkinci hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde karşılaştırma sonucu Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo: 6 İkinci Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value		Df	Probability
Chi-square	37,93210		1	0,0000

Ki-kare Probability değeri (0,0000<0,1) %1'den küçük olduğu için “BISTXU100'den KYOE'e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmemiştir. Yani, BISTXU100'den KYOE'e doğru %1 düzeyde nedensellik vardır. Üçüncü hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde karşılaştırma sonucu Tablo 'de sunulmuştur.

Tablo: 7 Üçüncü Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value	Df	Probability
Chi-square	31,07811	1	0,0000

Ki-kare Probability değeri ($0,0000 < 0,1$) %10'dan küçük olduğu için “YRİE'den BISTXU100'e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmemiştir. Yani, YRİE'den BISTXU100'e doğru %1 düzeyde nedensellik vardır. Dördüncü hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde yapılan karşılaştırma sonucu Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo: 8 Dördüncü Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value	Df	Probability
Chi-square	4,076333	1	0,0435

Ki-kare Probability değeri ($0,0435 < 0,05$) %5'ten küçük olduğu için “YRİE'den KYOE'e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmemiştir. Yani, YRİE'den KYOE'e doğru %5 düzeyde nedensellik vardır. Beşinci hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde yapılan karşılaştırma sonucu Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo: 9 Beşinci Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value	Df	Probability
Chi-Square	0,787005	1	0,3750

Ki-kare Probability değeri ($0,3750 > 0,1$) %10'dan büyük olduğu için “KYOE'den BISTXU100'e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmiştir. Altıncı hipotez Wald testi ile analiz edilmiş ve Ki-kare değerine göre %1, %5 ve %10 düzeyde yapılan karşılaştırma sonucu Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo: 10 Altıncı Hipotezin Wald Testi Sonucu

Test Statistic	Value	Df	Probability
Chi-square	0,264370	1	0,6071

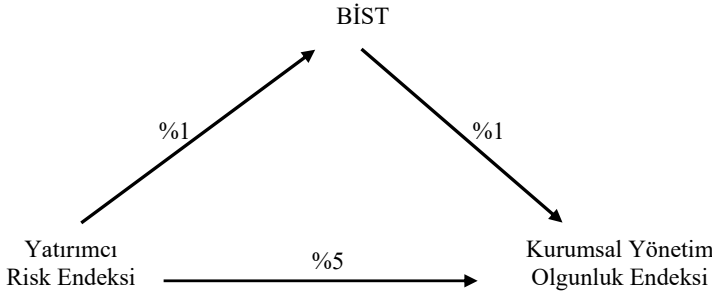
Ki-kare Probability değeri ($0,6071 < 0,1$) %10'dan büyük olduğu için “KYOE'den YRİE'ye doğru nedensellik yoktur.” hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç olarak, sadece BISTXU100'den KYOE'e doğru, YRİE'den BISTXU100'e doğru ve YRİE'den KYOE'e doğru granger nedensellik vardır. KYOE'den BISTXU100 ve YRİE'e doğru granger nedensellik yoktur. Granger nedensellik ilişkisinin yatırımcılar karar vermelerinde bir bakış açısı sağladığından önemlidir.

Kurumsal yönetim endeksi sermaye piyasası kurumunun yetkilendirdiği derecelendirme kuruluşlarından oluşmaktadır. Kurumsal yönetim endeksi ana, yıldız ve alt pazarlarda faaliyet gösteren ve kurumsal yönetim ilkelerine uyum derecelendirme notu 10 üzerinden en az 8, ana başlıkta en az 7 alan şirketlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla endekste yer alan değerler bu şirketlerden alınan bilgilerden oluşmaktadır. Yani, BISTXU100'den KYOE'e doğru nedensellik olması beklenebilir.

Yatırımcı risk iştahı, amaca ulaşmada yatırımcının kabul edebileceği riskin düzeyini gösterdiği ve daha fazlasını kabul etmeyeceği anlamını taşıdığından önemlidir. Yani yatırımcı riski kabul edebileceği alanı daha önceden görebilmesi adına YRİE'den BISTXU100'e doğru nedensellik önemlidir. Çalışmada YRİE'den BISTXU100'e doğru nedensellik anlamlı bulunmuştur. Yani, YRİE'den BISTXU100'e doğru nedensellik olması beklenebilir.

Literatür incelendiğinde, Çifçi ve Reis (2020), Gürsoy (2020) ve Sakarya ve Akkuş (2018) çalışmalarında buldukları VIX endeksi ve risk iştahından BİST'e doğru tek taraflı nedenselliğin olduğu sonuçları çalışmamızla benzerlik içermektedir. Avcı (2020), Balat (2020), Köycü (2022), Nur (2022) ve Özer (2020) çalışmalarında BİST'den risk endeksine doğru tek taraflı nedenselliğin olduğunu belirterek çalışmamıza ters bir sonuca ulaşmışlardır. Kurumsal yönetim olgunluk endeksi ile BİST ve yatırımcı risk endeksi arasında bir çalışmaya rastlanmamıştır. Aşağıdaki şema çalışmamızı özetini göstermektedir.



Şekil 2: BİST, Yatırımcı Risk Endeksi ve Kurumsal Yönetim Olgunluk Endeksi nedensellik ilişkileri

5. Sonuç

Çalışmanın kapsamını, 31/12/2010-29/09/2023 dönemi 668 haftalık verilerin doğal logaritmik getirileri oluşturmaktadır. Veriler Merkezi Kayıt Kuruluşu dijital adresinden alınmıştır. Çalışmanın amacı BISTXU100 endeksi,

yatırımcı risk iştahı (YRİE) ve kurumsal yönetim olgunluk endeksi (KYOE) arasındaki nedenselliği Toda-Yamamoto yöntemiyle analiz etmektir. Çalışmada BİSTXU100 endeksi, YRİE ve KYOE arasındaki nedenselliğin incelenmesinin nedeni daha önce çalışılmamış olmasıdır. Toda ve Yamamoto yönteminin kullanılmasının nedeni ise, VAR modelle granger nedenselliğini analiz etmede Toda ve Yamamoto yönteminin birim kök testinde ön koşul aramaksızın seviye değerleriyle analize izin vermesidir. Dolayısıyla seviye değerleri kullanarak yapılan VAR model analizi ile uygun gecikme değerleri belirlenmiş ve daha sonra uygun gecikme değeriyle VAR model analiz edilmiştir. VAR model analizi ile bulunan sonuçlar nedensellik ilişkisi için Wald testi kullanılmıştır. Wald testte altı hipotez sınanmıştır.

Birinci hipotezde “BİSTXU100’den YRİE’ye doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0.2673 > 0,05$) %5’ten büyük olduğundan hipotez reddedilmemiştir. Yani, BİSTXU100 endeksi YRİE’nin granger nedeni değildir. İkinci hipotezde “BİSTXU100’den KYOE’e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0,0000 < 0,05$) %5’ten küçük olduğu için hipotez reddedilmiştir. BİSTXU100’den KYOE’e doğru %1 düzeyde nedensellik vardır. Yani, BİSTXU100 endeksi KYOE’nun granger nedenidir. Üçüncü hipotezde “YRİE’den BİSTXU100’e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0,0000 < 0,05$) %5’ten küçük olduğu için hipotez reddedilmiştir. YRİE’den BİSTXU100’e doğru %1 düzeyde nedensellik vardır. Yani, YRİE BİSTXU100 endeksinin granger nedenidir. Dördüncü hipotezde “YRİE’den KYOE’e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0,0435 < 0,05$) %5’ten küçük olduğu için hipotez reddedilmiştir. Yani, YRİE’den KYOE’e doğru %5 düzeyde nedensellik vardır. Yani, YRİE KYOE’nin granger nedenidir. Beşinci hipotezde “KYOE’den BİSTXU100’e doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0,3750 > 0,05$) %5’ten büyük olduğundan hipotez reddedilmemiştir. Yani, KYOE BİSTXU100 endeksinin granger nedeni değildir. Altıncı hipotezde “KYOE’den YRİE’ye doğru nedensellik yoktur.” hipotezi sınanmıştır. Ki-kare Probability değeri ($0,6071 < 0,05$) %5’ten büyük olduğundan hipotez reddedilmemiştir. Yani, KYOE YRİE’nin granger nedeni değildir.

Sonuç olarak, BİSTXU100 endeksinden KYOE doğru ve YRİE’den BİSTXU100 endeksine doğru tek taraflı %1 düzeyde nedensellik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. YRİE’den KYOE’e doğru ise % 5 düzeyde nedensellik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. KYOE’den diğerlerine doğru bir nedensellik

bulunamamıştır. Bu endeksler arasındaki ilişki başka yöntemlerle denenebilir veya başka endekslerle olan ilişkiler sınanması önerilebilir.

KAYNAKLAR

Ali, M. B. (2011). Stock Prices And Microeconomic Variables: TY Granger Causal Evidence from Dhaka Stock Exchange (DSE). *Research Journal of Finance and Accounting*, 2(6), 1-12.

Araştırma. *Fiscaoeconomia*, 6(3), 1103-1125. Doi: 10.25295/fsecon.1095329

Avcı, Ö. B. (2020). Interaction between CDS Premiums and Stock Markets: Case of Turkey. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 1-8.

Aven, T. (2013). On the Meaning and Use of the Risk Appetite Concept. *Risk analysis*, 33(3), 462-468.

Balat, A. (2020). Türkiye'nin Hisse Senedi Piyasası ile Yerli ve Yabancı Yatırımcı Risk İştah Endeksi İlişkisi: Eş bütünleşme ve Nedensellik Analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, XLIX, 162- 171.

Çifçi, G. & Reis, Ş. G. (2020). Risk İştahı ile Piyasa Likiditesi Arasındaki Nedensellik İlişkisi. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 389-403

Demirci F, Sinoplu Ç (2023). Yatırımcıların Risk İştahları ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (98), 155- 170. 10.25095/mufad.1211699

Fone, M. & Young P. C. (2005). *Managing Risks in Public Organisations*. Perpetuity Press.

García-del-Hoyo, J. J., Jiménez-Toribio, R., & García-Ordaz, F. (2021). Granger Causality between the Canning Sector and the Spanish Tuna Fleet: Evidence from the Toda-Yamamoto Approach. *Marine Policy*, 132, 104701.

González-Hermosillo, B. (2008). *Investors Risk Appetite and Global Financial Market Conditions*. International Monetary Fund.

Gürsoy, S. (2020). Investigation of the Relationship between VIX Index and BRICS Countries Stock Markets: An econometric Application. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 4(2), 397-413.

Ibrahiem, D. M., & Hanafy, S. A. (2020). Dynamic Linkages Amongst Ecological Footprints, Fossil Fuel Energy Consumption and Globalization: an Empirical Analysis. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 31(6), 1549-1568.

Jelilov, G., Celik, B., & Adamu, Y. (2020). Foreign Portfolio Investment Response to Monetary Policy Decisions in Nigeria: A Toda-Yamamoto Approach. *International Business Research*, 13(3), 166-166.

Kızılböğ, R. (2012). Geleneksel Risk Yönetiminden Kurumsal Risk Yönetim Sistemine Geçiş. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 297-316.

Köycü, Erol. (2022) “Risk İştahı Endeksi ile BIST100 Endeksi Arasındaki İlişki: COVID-19 Öncesi ve Sonrası Döneme Yönelik Bir Araştırma”. *Finansal Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7, 1, ss. 1–11.

Lupton, D. (2013). *Risk*. Second Edition Newyork by published 2013 Routledge. https://books.google.com.tr/books?hl=en&lr=&id=_y8hE6O2d bMC&oi=fnd&pg=PP1&dq=risk&ots=zsf-0hplu5&sig=yzJWaDe7g5T37-8TidmHWMWGR8k&redir_esc=y#v=onepage&q=risk&f=false. (Erişim Tarihi: 07.11.2023).

Millstein, I., Parner Weil Gotshal S. & Llp M. (2000). *Corporate Governance: The Role of Market Forces*. Organisation for Economic Cooperation and Development the OECD Observer, (221), 27-28.

Mishra, P. K. (2014). Gold Price & Capital Market Movement in India: The Toda–Yamamoto Approach. *Global Business Review*, 15(1), 37-45.

Merkezi Kayıt Kuruluşu Veri Analiz Platformu (MKK VAP) (20232). Yatırımcı Risk İştahı Endeksi. <https://www.vap.org.tr/rise-risk-istahi-endeksi>. (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

Nur, T. (2022). Yatırımcıların Risk İştahları ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul’da Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. <https://doi.org/10.25095/mufad.1211699>

Okka, O. (2015). *Analitik Finansal Yönetim*. 2. Basım. Nobel Yayınları no:1286, Ankara, 1172 s.

Özer, A. (2020). Determinants of Risk Appetite and Sectoral Effects of Risk Appetite: the Case of Turkey. *Current Researches in Economics and Administrative Sciences*, 141-162.

Qamruzzaman, M., & Karim, S. (2020). ICT Investment Impact on Human Capital Development Through the Channel of Financial Development in Bangladesh: An Investigation of Quantile ARDL and Toda-Yamamoto Test. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(5), 112-112.

Sakarya, Ş. & Akkuş, H. T. (2018). BİST-100 ve Bist Sektör Endeksleri ile VIX Endeksi Arasındaki İlişkinin Analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (40), 351-374. DOI: 10.31795/baunsobed.492470

Saraç, T. B., İskenderoğlu, Ö. & Akdağ, S. (2016). Yerli ve Yabancı Yatırımcılara ait Risk İştahlarının İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Sosyoekonomi*, 24(30), 29-44. doi: 10.17233/se.2016.10.002

Siami-Namini, S. (2017). Granger Causality between Exchange Rate and Stock Price: A Toda Yamamoto Approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(4), 603-607.

Śmiech, S., & Papież, M. (2013). Fossil Fuel Prices, Exchange Rate, and Stock Market: A Dynamic Causality Analysis on the European Market. *Economics Letters*, 118(1), 199-202.

Tekin, B., & Yener, E. (2019). The Causality between Economic Growth and Stock Market in Developing and Developed Countries: Toda-Yamamoto Approach. *Theoretical & Applied Economics*, 2(2).

Toda, H. Y., & Yamamoto, T. (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes. *Journal Of Econometrics*, 66(1-2), 225-250.

Wang, J., Qi, B., Nie, Y., & Hussain, M. J. (2023). Will the Investment Environment in the Region Where The Company is Located Affect its Financial Risk? Evidence from Chinese Listed Companies. *Finance Research Letters*, 57, 104218.

Weston, J. F., & Brigham, E. F. (1990). *Essentials of Managerial Finance*. Ninth Edition Chicago: Dryden Press.

Wolf, C. A., & Karszes, J. (2023). Financial Risk and Resiliency on US Dairy Farms: Measures, Thresholds, and Management Implications. *Journal of Dairy Science*, 106(5), 3301-3311.





ISBN 978-2-38236-648-6



9 782382 366486



LIVRE DE LYON

-  livedelyon.com
-  [livedelyon](https://twitter.com/livedelyon)
-  [livedelyon](https://www.instagram.com/livedelyon)
-  [livedelyon](https://www.linkedin.com/company/livedelyon)