

23(2):2022



Journal of Economics and Administrative Sciences

Published By
Sivas Cumhuriyet University
<http://esjournal.cumhuriyet.edu.tr>

E-ISSN: 2687-4032

**Cumhuriyet University Journal of Economics and
Administrative Sciences–İİBD
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Dergisi–JEAS**

e-ISSN: 2687-4032

**Volume / Cilt 23 | Issue / Sayı 2
Pages / Sayfa: 447-597**

April/Nisan 2022

<http://esjournal.cumhuriyet.edu.tr/>

Cumhuriyet University Journal of Economics and Administrative Sciences–İİBD
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi–JEAS

II

Publisher/Yayıncı

Sivas Cumhuriyet University, Journal of Economics and Administrative Sciences
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi
Prof. Dr. Hakan YEKBAŞ

Editor-in-Chief

Assoc. Prof. Dr. Merve TUNCAY

Assistant Editor

Assoc. Prof. Dr. Selçuk BUYRUKOĞLU

Publication Secretariat

Res. Asst. Uğur ARSLAN
Res. Asst. Yağız Can BAYHAN

English Language Editor

Najibul KASHEM

Layout Assistant

Ayşegül MISIRCI

Editör

Doç. Dr. Merve TUNCAY

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Selçuk BUYRUKOĞLU

Yayın Kurulu Sekreteryası

Arş. Gör. Uğur ARSLAN
Arş. Gör. Yağız Can BAYHAN

Yabancı Dil Editörü

Najibul KASHEM

Mizanpaj Editörü

Ayşegül MISIRCI

Section Editors / Alan Editörleri

Prof. Dr. Coşkun KARACA- Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Ebru AYKAN- Kayseri Üniversitesi

Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ- Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Zeki DOĞAN- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Doç. Dr. F. Müge SAKAR- Dicle Üniversitesi

Doç. Dr. Özgür AKPINAR- Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Bihter KARAGÖZ- İstanbul Arel Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Engin KOÇ- Bursa Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÇOBAN- Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer GÜLEÇ- Pamukkale Üniversitesi

Publication Board/ Yayın Kurulu

Prof. Dr. Ersan ÖZ- Pamukkale Üniversitesi

Prof. Dr. Hatice ERKEKOĞLU- Kayseri Üniversitesi

Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU- Pamukkale Üniversitesi

Assoc. Prof. Azamat Maksudunov- Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Doç. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Assoc. Prof. Florina Oana VIRLANUTA- Dunarea de Jos University of Galati

Assoc. Prof. Seyil Najimudinova- Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Assoc. Prof. Thair ISLAM- Tongji University

Assoc. Prof. Anshuman Sharma- Ajman University

Assoc. Prof. Dr. Zeca Daniela Ecaterina- Dunarea de Jos University of Galati

Reviewers for This Issue / Bu Sayının Hakemleri

- Prof. Dr. Ahmet Yılmaz ATA- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet Alptekin KAYALI- İzmir Demokrasi Üniversitesi
Prof. Dr. Fikret ER- Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail BEKÇİ- Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ŞENTÜRK- Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Selim KAYHAN- Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Taha Bahadır SARAÇ- Hitit Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet İLHAN- Bayburt Üniversitesi
Doç. Dr. Aybeniz AKDENİZ AR- Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ebru ERTÜRK- Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Emre ERBAŞ- Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin KUTBAY- Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Doç. Dr. Kemal KÖKSAL- Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Nuran AKYURT- Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Saniye Şehnaz ALTUNAKAR MERCAN- Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. Öznur YAVAN TEMİZKAN- Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Doç. Dr. Yağmur ÖZYER AKSOY- İstanbul Arel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet COŞKUN- Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Elif Makbule ÇEKİCİ- Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fuat YALMAN- Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hacer CANATAN- Haliç Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM- İstanbul Ticaret Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seçil ULUFER KANSOY- İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semra TAŞPUNAR ALTUNTAŞ- İstanbul Üniversitesi

Indexing/İndeksler

ASOS Index

EBSCO

SOBİAD

OpenAIRE

TR Dizin

Google Scholar

TÜBİTAK ULAKBİM

Contents / İçindekiler

Editorial

IX

Editörden

X

VII

Examining of the Relationship Between the Number of Companies Opened and Closed and the Numbers of Accounting Professionals: The Case of Turkey

Açılan ve Kapanan Şirket Sayıları ile Muhasebe Meslek Mensubu Sayıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği

Mert Baran TUNÇEL, Yaşar ALPTÜRK

447-454

Factors Affecting Consumers' Perceived Luxurious Brand Purchases
Tüketicilerin Algılanan Lüks Marka Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler

Canan YILMAZ UZ

455-470

The Relationship Between Brand Values and Market Values of Companies: An Application on Bist Firmaların Marka Değerleri ile Piyasa Değerleri Arasındaki İlişki: Bist'de Bir Uygulama

Seren AYDINGÜLÜ SAKALSIZ, Çetin ÇİLDİR

471-480

The Effect of Moral Disengagement on Unethical Pro-Organizational Behavior: Mediating Role of Demographic Factors

Ahlaki Çözülmenin Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış Üzerindeki Etkisi: Demografik Faktörlerin Düzenleyici Rolü

Ahmet MUMCU

481-491

The Impact of Insurance Sector Premium Production on Economic Development
Sigortacılık Sektörü Prim Üretiminin Ekonomik Gelişmeye Etkisi

İsmail YILDIRIM

492-501

The Effect of Globalization on Poverty: The Case of Turkey
Küreselleşmenin Yoksulluk Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği

Gökhan ERSOY, Başak KARŞIYAKALI

502-517

Patient Safety Perception and Attitude Of Health Workers and Patients: A Case Of Education and Research
Hospital

Sağlık Çalışanlarının ve Hastaların Hasta Güvenliği Algısı ve Tutumu: Eğitim ve Araştırma Hastanesi
Örneği

Şeyma Nur ER, Esra Çiğdem CEZLAN
518-532

The Effect of Workplace Spirituality on Job Satisfaction and Organizational Commitment
İş Yeri Maneviyatının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi

Selen DOĞAN, Tuba BEKİŞ
533-547

A Research On The Determination Of The Factors Affecting The Academicians' Attitude Towards E-Learning
Systems During Covid-19 Pandemic

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Akademisyenlerin E-Eğitim Sistemlerine Yönelik Tutumlarını Etkileyen
Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

Bilgen AKMERMER, Hasan AKYILDIZ
548-565

Tax Inspection Authority Of Municipalities: Should It Be? A Suggestion
Belediyelerde Vergi İnceleme Yetkisi: Olmalı Mı? Bir Öneri

Bilge Hakan AGUN, Fatih ÇAVDAR
566-574

The Relationship Between Exchange Market Pressure Index and Dolarization: The Case of Turkey
Döviz Piyasası Baskı Endeksi ve Dolarizasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği

Gökhan KONAT, Şebnem TAŞ, Tayfur BAYAT
575-584

The Impact of the Covid-19 Epidemic on Health Literacy: A Field Study
Covid-19 Salgınının Sağlık Okuryazarlığı Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması

Yılmaz DAŞLI, Alparslan BAKIRER, Abdullah MISIROĞLU
585-597

Editorial

Sivas Cumhuriyet University Journal of Economics and Administrative Sciences (JEAS), which was founded within the Sivas Cumhuriyet University Faculty of Economics and Administrative Sciences, continues its publication life as of 2022, with four issues a year as of in January, April, July and October. The JEAS, which is a scientific, peer-reviewed and electronically accessible journal, aims to contribute to the literature by qualified studies related to economics and administrative sciences, especially economics, business administration, labor economics, public administration, banking and finance, econometrics, international trade and logistics and management information systems.

The April 2022 issue is the second issue of the 23rd volume of our journal, and we are experiencing the justified happiness of continuing our publication life for 23 years without interruption. We would like to cordially thank our publication board, assistant editors, section editors, language and layout editors, and all our team who took part in the editorial board for their support and contribution to our journal throughout this process and throughout the whole publication life of the journal.

All studies submitted for publication in our journal go through editorial preview, a field editor review, and a blind review process, in which at least two reviewers evaluate the paper. Furthermore, the articles accepted for publication are also subject to the evaluation of the foreign language editor. In addition, the similarity report of all applications is examined and it is expected them not to exceed 20% similarity rate. In the April 2022 issue, there are 12 articles that have passed all aforementioned stages and accepted for publication.

Applications to our journal are made via esjournal.cumhuriyet.edu.tr, and in addition, all questions and applications sent to iibfdergi@cumhuriyet.edu.tr are tried to be replied as soon as possible.

We wish to bring our readers together with qualified papers in the field of economics and administrative sciences in the next issue again,

Assoc. Prof. Dr. Merve TUNCAY
Editor-in-Chief
April, 2022

Editör'den

X

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde kurulan Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi (İİBD), 2022 yılı itibarıyla yayın hayatına Ocak, Nisan, Temmuz ve Ekim aylarında olmak üzere yılda dört sayı çıkararak devam etmektedir. Bilimsel, hakemli ve elektronik ortamda okuyucuların erişimine açık bir dergi olan İİBD başta iktisat, işletme, çalışma ekonomisi, kamu yönetimi, bankacılık ve finans, ekonometri, uluslararası ticaret ve lojistik ile yönetim bilişim sistemleri olmak üzere iktisadi ve idari bilimlerle bağlantılı nitelikli çalışmaları literatüre kazandırmayı hedeflemektedir.

Nisan 2022 sayısı, dergimizin 23.cildinin 2.sayısını oluşturmakta olup, 23 yıldır kesintisiz bir şekilde yayın hayatına devam edebilmenin haklı mutluluğunu yaşamaktayız. Bu süreçte ve derginin tüm yayın hayatı boyunca, desteklerini esirgemeyen ve dergimize katkı sunan yayın kurulumuza, editör yardımcılarımıza, alan editörlerimize, dil ve mizanpaj editörlerimize ve yayın kurulunda görev alan tüm ekibimize emekleri için teşekkür ederiz.

Dergimizde yayımlanmak üzere gönderilen tüm çalışmalar sırasıyla, editör incelemesi, alan editörü incelemesi ve en az iki hakem tarafından incelemenin gerçekleştirildiği bir kör hakemlik sürecinden geçirilmektedir. Yayına kabul edilen makaleler ise ayrıca yabancı dil editörünün değerlendirmesine tabi tutulmaktadır. Bunun yanı sıra dergimize yapılan tüm başvuruların benzerlik raporu incelenmekte ve %20 benzerlik oranını aşmaması beklenmektedir. Nisan 2022 sayısında tüm bu aşamalardan geçmiş ve yayına kabul edilmiş 12 makale yer almaktadır.

Dergimize başvurular, esjournal.cumhuriyet.edu.tr adresinden yapılmakta ve ek olarak, iibfdergi@cumhuriyet.edu.tr adresine ilgililerden gelen tüm soru ve başvurular en kısa sürede cevaplanmaya çalışılmaktadır.

Okuyucularımızı, iktisadi ve idari bilimler alanındaki seçkin eserlerle bir sonraki sayıda da buluşturabilmek dileğiyle,

Doç. Dr. Merve TUNCA
Editör
Nisan, 2022



Examining of the Relationship Between the Number of Companies Opened and Closed and the Numbers of Accounting Professionals: The Case of Turkey

Mert Baran Tunçel^{1,a,*}, Yaşar Alptürk^{2,b}

¹Accounting and Tax Department, Şırnak Vocational School Şırnak University

²Department of Accounting and Tax, Vocational School of Social Sciences, Sütçü İmam University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 04/10/2021

Accepted: 02/02/2022

ABSTRACT

In this study, the long-term relationship between the numbers of companies opened and closed and the number of employees working as professional accountants was investigated. The study's data set was a panel data set with a total cross-sectional dimension of 71 units (71 provinces) and a time dimension of 11 periods (2010-2020), and a total of 781 observations for each series. Ten provinces (Ağrı, Ardahan, Bayburt, Bingöl, Hakkâri, Iğdır, Kilis, Siirt, Şırnak, Tunceli) without a provincial chamber of TÜRMOB (the Union of Chambers of Certified Public Accountants Turkey) were excluded from the study. Cross-sectional dependence (CD) between the series was checked using the CD test developed by Pesaran (2004). The homogeneity of the series was tested using the delta (Δ) and corrected delta (Δ_{adj}) tests reported by Pesaran and Yagamata (2008). The stationary states of the series were analyzed using the Cross-sectionally Augmented Dickey-Fuller (CADF) test developed by Pesaran (2007). Finally, the long-term relationship between the series was examined using the Westerlund and Edgerton (2007) Panel Lagrange Multiplier (LM) test. It was found that the series were cointegrated, and they acted together in the long term.

Keywords: Number of Accounting Professional Members, Number of Companies Opened, Number of Companies Closed, Panel Unit Root, Panel Cointegration.

Açılan ve Kapanan Şirket Sayıları ile Muhasebe Meslek Mensubu Sayıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği

Süreç

Geliş: 04/10/2021

Kabul: 02/02/2022

Öz

Bu çalışmada açılan ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki uzun dönemli ilişki araştırılmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan veri seti toplamda 71 birimlik (71 il) yatay kesit boyutuna ve 11 dönemlik (2010- 2020) zaman boyutuna ve her seri için toplamda 781 gözlem değerine sahip bir panel veri setidir. TÜRMOB'un il düzeyinde odasının bulunmadığı 10 il (Ağrı, Ardahan, Bayburt, Bingöl, Hakkâri, Iğdır, Kilis, Siirt, Şırnak, Tunceli) çalışma kapsamı dışarısında bırakılmıştır. Seriler arasındaki yatay kesit bağımlılığı Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD testiyle kontrol edilmiştir. Serilere ilişkin homojenlik/heterojenlik durumları Pesaran ve Yagamata (2008) delta (Δ) ve düzeltilmiş delta (Δ_{adj}) testleriyle incelenmiştir. Serilerin durağanlık durumları, Pesaran (2007) tarafından geliştirilen Cross-sectionally Augmented Dickey Fuller (CADF) testi ile analiz edilmiştir. Son olarak ise seriler arasındaki uzun dönemli ilişki Westerlund ve Edgerton (2007) Panel Lagrange Multiplier (LM) testiyle incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre incelenen serilerde yatay kesit bağımlılığının olduğu ve serilerin tamamının heterojen yapıda oldukları görüldükçe, elde edilen Westerlund ve Edgerton panel eşbütünleşme testi sonuçlarına göre ise serilerin eş bütünleşik yapıda oldukları daha açık bir ifade ile uzun dönemde beraber hareket ettikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı, Açılan Şirket Sayısı, Kapanan Şirket Sayısı, Panel Birim Kök, Panel Eşbütünleşme

Copyright



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

^a mbtuncel@sirnak.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0001-8554-8080> | yasaralpturk@ksu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0063-4479>

Giriş

Küreselleşme ile birlikte günümüzde işletmeler arasında yoğun rekabet yaşanmaktadır. Artan rekabet ortamı ve küreselleşmeye kendini adapte edebilen işletmeler daha uzun ömürlü olarak varlıklarını korurken, adapte olamayan işletmeler ise yok olma riski ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu sebeple işletmelerin gerek yönetsel açıdan gerek mali açıdan planlama ve kontrole daha fazla önem vermeleri kaçınılmaz hale gelmiştir. İşletmelerin planlama ve kontrol sürecine destek verecek olan disiplin ise muhasebedir (Acar ve Tetik, 2019, s. 5).

Muhasebe, sanılanın aksine statik değil son derece dinamik bir yapıdadır ve ihtiyaçları doğru olarak karşılanan işletmeler, muhasebe organizasyonunu bütçelerine ek bir külfet olarak değil şirketleri için önemli bir ihtiyaç ve kazanım olarak görürler (Yaz, 2014, s. 137). Öte yandan muhasebe, geçmişten günümüze hiçbir zaman diliminde özerk olarak hareket eden bir uygulama ya da meslek olmamıştır. Tek başına düzenleme yetkisine sahip olduğu dönemlerde bile muhasebe, kamunun devrettiği yetkilerin dışına çıkmamış ve belirlenen çerçevede bu yetkileri kullanılmıştır (Kandemir ve Kandemir, 2018, s. 35).

Muhasebenin temel amacı, başta işletmeler olmak üzere devlete, topluma ve diğer bilgi kullanıcılarına sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde katkı sağlamaktır. Bunu yaparken kişi ve kuruluşların çıkarını değil tüm toplumun yararını gözetmektedir. Bu yönüyle bakıldığında muhasebe, teknik bir uygulama ya da bilim olmanın yanında daha çok sosyal, ekonomik ve kurumsal bir uygulama olarak ifade edilebilir.

Muhasebe uygulamalarının doğru yapılması işletmeler açısından önemi yadsınamaz bir gerçektir. Buna ilaveten muhasebe meslek mensuplarının, kendi kişisel kazançlarının çok üzerinde tutarlardan sorumlu olmaları ve kamunun yararını gözeterek, kamu adına da hizmet etmeleri muhasebe mesleğinin ne derece önemli olduğunu göstermektedir.

Muhasebecilik mesleği Türkiye’de 01 Haziran 1989 tarihli 3568 sayılı yürürlüğe giren yasayla bugünkü statüsüne kavuşturulmuştur. Yasa’da mesleği icra etmeye hak kazananlar "Serbest Muhasebeci Mali Müşavir" ve "Yeminli Mali Müşavir" olarak ifade edilmektedir.

İlgili yasada mesleğin konusu da şu şekilde belirtilmiştir (3568 Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu):

“Gerçek ve tüzelkişilere ait teşebbüs ve işletmelerin;

- Genel kabul görmüş muhasebe prensipleri ve ilgili mevzuat hükümleri gereğince, defterlerini tutmak, bilanço, kar-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgelerini düzenlemek ve benzeri işleri yapmak.
- Muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, işletmecilik, muhasebe, finans, mali mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili işlerini düzenlemek veya bu konularda müşavirlik yapmak.
- Yukarıdaki bentte yazılı konularda, belgelerine dayanılarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, mali tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı görüş vermek, rapor ve benzerlerini düzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri işleri yapmak.

Yukarıda sayılan işleri; bir işyerine bağlı olmaksızın yapanlara serbest muhasebeci mali müşavir denir” (Madde 1- 2).

Muhasebe mesleği, 3568 sayılı kanunla yasal statüsüne kavuşmasının ardından hızlı bir şekilde örgütlenerek muhasebe mesleğinin üst birliği olan Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) altında toplanmıştır. TÜRMOB mesleki yeterliliği değerlendirme ve mesleki unvan verme konusunda yetkilidir (Yardımcıoğlu ve ark., 2006, s. 173).

Öte yandan 2011 yılında yürürlüğe giren yeni Türk Ticaret Kanun uyarınca Türkiye’de bağımsız denetim alanını düzenlemek amacıyla Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) 2 Kasım 2011 tarihinde kurulmuştur. KGK’nin temel amacı, “yatırımcıların çıkarlarını ve denetim raporlarının doğru ve bağımsız olarak hazırlanmasına ilişkin kamu yararını korumak ile doğru, güvenilir ve karşılaştırılabilir finansal bilginin sunumunu sağlamaktır” (KGK, 2021).

KGK’nin görevleri ise şu şekilde sıralanabilir (KGK, 2021);

- “Bağımsız denetçiler ve bağımsız denetim kuruluşlarını yetkilendirmek.
- Bağımsız denetim alanında kamu gözetimi yapmak ve böylece bağımsız denetimde uygulama birliğini, gerekli güveni ve kaliteyi sağlamak.
- Uluslararası Muhasebe Standartlarıyla uyumlu Türkiye Muhasebe Standartlarını (TMS) oluşturmak ve yayımlamak.
- Uluslararası Denetim Standartlarıyla uyumlu Türkiye Denetim Standartlarını (TDS) oluşturmak ve yayımlamak.”

Türkiye’de 2021 yılı itibarıyla TÜRMOB’a kayıtlı 4.807 Yeminli Mali Müşavir ve 113.938 Serbest Muhasebeci Mali Müşavir bulunmaktadır. Çalışan meslek mensuplarının 35.053’ü kadın 83.692’si ise erkektir (TÜRMOB, 2021).

Bu çalışmada açılan ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki uzun dönemli ilişki araştırılmıştır. Literatür incelendiğinde bu çalışmanın öncü bir çalışma olması, mesleğin arz ve talep dengesini yansıtmaması, meslek mensuplarının iş güvencesinin şirket sayısına bağlı olup olmadığını göstermesi açısından önemlidir. Çalışmanın bu bölümünde, literatürde muhasebe meslek mensuplarına yönelik olarak yapılan çalışmalara yer verilecek olup devamında ise analiz sonuçlarından elde edilen bilgilere yer verilecektir.

Literatür Araştırması

Çalışmanın bu bölümünde konuya dair literatür incelemesi yapılmıştır. Fakat çalışma, kullanılan yöntem ve veriler açısından ilk olacağı için, bu alanda literatür özetleri kısıtlı olmaktadır. Bu nedenle literatür taraması yapılırken muhasebe meslek mensupları ile ilgili daha çok nicel ve

nitel anket yöntemleri kullanılarak yapılan uygulama çalışmalarının yanı sıra gazete ilanlarından yola çıkılarak yapılan ve farklı yöntemlerin kullanıldığı çalışmalar da incelenmiştir.

Penafort ve Ahmad (1997), Malezya’da yaptıkları çalışmada 500 muhasebe mesleğine dair oluşturulan iş ilanları incelenmiştir. Yapılan araştırma sonunda teknolojik, bilgisayar kullanıma gibi teknik hâkimiyet ile birlikte yeterli olma, yenilikçi, güçlü olma ve liderlik özelliklerinin aranan kriterler olduğu yönünde bulgular elde etmişlerdir.

Mauldin ve ark. (2000), muhasebe mesleği seçiminde etkili olan faktörleri inceledikleri çalışmada birçok faktöre ulaşmışlardır. Bu etkilerin içinde en baskın olan faktörlerin ise bu mesleğin parasal getirisi, kişisel sebepler ve ailelerin yönlendirilmesi ile ilişkili olduğu bulgularının yanında aynı zamanda bu alana duyulan özel ilgiden kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır.

Çürük ve ark. (2005), çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının sorunları ile ilgili bir çalışma yapmış olup, muhasebe mesleğini yapanların çok uluslu firmaları göz önünde bulundurularak eğitilmemesi ve bu alanda gerekli eğitim alınmaması tartışılmıştır. Bu durumun muhasebe meslek mensubu istihdamında etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Yayla ve Cengiz (2005), çalışmalarını Karadeniz Teknik Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde gerçekleştirmişlerdir. Çalışma kapsamında öğrencilerin muhasebe mesleğini seçme nedenlerini araştırmışlardır. Çalışmanın sonunda ise bu mesleğin seçiminde kişisel, yakın akraba ve arkadaş çevresi gibi etkenlerin yanında mesleğin ilgi çekici olması ve kazançları etkili olduğu yönünde bulgulara erişmişlerdir.

Dinç ve ark. (2010), muhasebe meslek mensupları ile mükellefleri arasında etki tepki perspektifinde bir davranış-kazanç ilişkisi incelemişlerdir. 2228 meslek mensubu verileri ile yapılan anket sonuçlarında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerine karşı göstermiş oldukları davranışlarının kazançlarına etki etmediği yönünde bulgulara erişilmişdir.

Şengel (2011), çalışmada gazetede verilen muhasebe ilanlarını dikkate alarak bir araştırma yapmıştır. Çalışmada 1995-2010 yılları arasında muhasebe mesleğini icra edecek kişilerde aranan özellikleri incelemiştir. Yapılan araştırma sonun bir muhasebe çalışanının iletişim, analitik düşünme yetisi, takım çalışmasına uygun olma ve sorumlu bir kişiliğe sahip olması gibi özelliklerin arandığını tespit etmişlerdir. Bu özelliklere sahip kişilere talep olduğu yönünde yorum yapılmıştır.

Çarıkcı (2017), muhasebe eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencileri örneğinde muhasebe mesleğinin tercih edilmesinde etkili olan etmenler araştırılmıştır. Çalışmanın sonunda 6 faktör altında toplanan tutum ve davranışlar belirlenmiş olup, bu faktörler arasında en etkin olanının kişilerin sektör ile uyumu olduğu tespit edilmiştir.

Temelli (2019), çalışmada muhasebe meslek mensupları tercihinde etkili olan etmenleri inceledikleri çalışmada Ağrı İİBF öğrencileri üzerinde bir anket çalışması

uygulamışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgulara bakıldığında, “mesleki çekicilik”, “mesleki beklenti”, “aile ve çevrenin etkisi” üç faktör şeklinde toplanmıştır. Muhasebe mesleği tercihinde “mesleki çekicilik” faktörünün mesleki beklenti ve aile çevre etkilerden daha baskın olduğu saptanmıştır.

Özdemir ve Yıldırım (2020), çalışmada Türkiye’de 2016-2017 arasında il bazında muhasebe meslek mensubu sayıları ile değişen nüfus, gelir vergisi (GV) ve kurumlar vergisi (KV) mükellef sayıları yine arasında oran analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan uygulama sonucunda sayısal açıdan ve oransal açıdan sonuçlar elde edilirken, SM ve SMMM sayılarının sayısal olarak en fazla olduğu illerin, nüfus yoğunluğu yüksek olan büyük şehirlerin olduğu görülmüş fakat bu şehirler nüfus başına en az yoğun şehirler olmuştur. Çalışmanın sonucunda bu mesleği yapan kişilerin kişisel kariyer hedefleri dışında il bazındaki yoğunluklarında göz önünde bulundurmalarının önemli olduğu vurgulanmıştır.

Veri Seti, Yöntem ve Bulgular

Çalışmanın amacı, açılan ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiler Westerlund ve Edgerton panel eşbütünleşme testi incelenmiş ve sonuçlar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Veri Seti

Çalışmanın veri setinde 71 ilde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları ile açılan ve kapanan şirket sayıları kullanılmıştır. Bu doğrultuda verilerine sağlıklı bir şekilde ulaşamayan 10 il (Ağrı, Ardahan, Bayburt, Bingöl, Hakkâri, Iğdır, Kilis, Siirt, Şırnak, Tunceli) çalışma kapsamı dışarısında bırakılmıştır. Bu illerdeki verilere ulaşamama sebebi ise bazı illerde henüz TÜRMOB’un il düzeyinde odasının bulunmamasıdır. Çalışmada yıllık veriler kullanılmış olup, çalışma 2010 – 2020 dönemine ilişkin toplam 11 yıllık veriyi kapsamaktadır. Meslek mensubu verileri “www.turmob.org.tr” adresinden elde edilirken açılan ve kapanan şirket verileri ise “www.tobb.org.tr” adresi üzerinden elde edilmiştir. Analizde değişkenlerin ham halleri kullanılmıştır. Çalışmada, bağımsız değişken olarak ise açılan şirket sayısı ve kapanan şirket sayısı seçilirken bağımlı değişken olarak ise muhasebe meslek mensubu sayısı seçilmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan veri seti toplamda 71 birimlik (71 il) yatay kesit boyutuna ve 11 dönemlik (2010- 2020) zaman boyutuna ve her seri için toplamda 781 gözlem değerine sahip bir panel veri setidir.

Ekonometrik Metodoloji ve Bulgular

Çalışmada, açılan şirket sayısı ve kapanan şirket sayısı ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki ilişkiler modellenirken beş adımlık bir süreç izlenmiştir. Birinci adımda, veri setindeki iller arasındaki yatay kesit bağımlılığı Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD testiyle kontrol edilmiştir. İkinci adımda,

serilere ilişkin homojenlik/heterojenlik durumları Pesaran ve Yagamata (2008) delta (Δ) ve düzeltilmiş delta (Δ_{adj}) testleriyle incelenmiştir. Üçüncü adımda, serilerin durağanlık durumları, Pesaran (2007)'nin geliştirdiği Cross-sectionally Augmented Dickey Fuller (CADF) testi ile analiz edilmiştir. Son olarak ise açılan şirket ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki uzun dönemli ilişki Westerlund ve Edgerton (2007) Panel Lagrange Multiplier (LM) testiyle incelenmiştir.

Yatay Kesit Bağımlılığı

Serilerin arasındaki yatay kesit bağımlılığının incelenip incelenmemesi, çalışmanın sonuçlarına önemli oranda etki etmektedir (Pesaran, 2004; Breusch ve Pagan, 1980). Serilerin arasında bulunan yatay kesit bağımlılıklarının göz önünde bulundurulmaması yapılacak birim kök, eşbütünlüşme ve nedensellik testlerini de etkileyeceğinden dolayı analiz sonuçları sapmalı ve tutarsız hale gelebilir.

Serilerde yatay kesit bağımlılığının varlığı için birçok test bulunmakla birlikte bu çalışmada, çalışmanın veri setinin niteliklerine uygun olan Pesaran (2004) CD testi kullanılmıştır. Bu test $N > T$ durumunda kullanılmaktadır. Pesaran (2004) CD test istatistiği denklem (1)'deki gibi hesaplanmaktadır.

$$D = \sqrt{\left(\frac{2T}{N(N-1)}\right) \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}} \quad (1)$$

Pesaran (2004) CD test sonuçları neticesinde H_0 hipotezinin reddedilememesi, iller arasında yatay kesit bağımlılığının olmadığını göstermektedir. Yatay kesit bağımlılığının tespit edilemediği durumlarda birinci nesil panel birim kök testleriyle analize devam edilir. Bu durumun aksine, H_0 hipotezinin reddedilebilir olması ve iller arasında yatay kesit bağımlılığının olduğu tespit edilmesi durumunda ise ikinci nesil panel birim kök testleri ile analize devam edilmesi gerekmektedir (Baltağı, 2008, s. 284).

Serilere ilişkin Pesaran (2004) CD test sonuçları aşağıda Çizelge 1'de sunulmuştur.

Tablo 1'de yer alan Pesaran (2004) CD testi sonuçları incelendiğinde, serilere ait olasılık değerlerinin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ve seriler için Pesaran (2004) CD test sonucuna göre de serilerde yatay kesit bağımlılığının bulunmadığını belirten, yatay kesit bağımlılığı testi için oluşturulan H_0 hipotezinin reddedildiği dolayısıyla serilerde yatay kesit bağımlılığının var olduğu ortaya konulmuştur.

Çizelge 1. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Table 1. Cross-Section Dependency Test Results

Değişkenler	Pesaran (2004) CD	p-değeri
Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı	3,748	0,000
Açılan Şirket Sayısı	11,499	0,000
Kapanan Şirket Sayısı	8,878	0,000

H_0 : Yatay Kesit Bağımlılığı Yoktur

Homojenite/Heterojenite

Homojenlik ve heterojenlik durumunun kontrol edilmesi serilere ilişkin uygun birim kök, eşbütünlüşme ve nedensellik testi seçiminde dikkate alınan diğer bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim katsayılarının homojenlik veya heterojenlik olma durumları Pesaran, Ullah ve Yagamata (2008) tarafından geliştirilen $\tilde{\Delta}$ ve $\tilde{\Delta}_{adj}$ testleriyle çalışmada incelenmiştir. $\tilde{\Delta}$ ve $\tilde{\Delta}_{adj}$ test istatistikleri aşağıdaki denklem (2) ve (3)'teki gibi hesaplanmaktadır (Pesaran ve ark., 2008: 57).

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \bar{\xi} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (2)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \bar{\xi} - E(\tilde{Z}_{it})}{\sqrt{Var(\tilde{Z}_{it})}} \right) \quad (3)$$

$\tilde{\xi}$ = Düzeltilmiş Swamy istatistiğini,

\tilde{Z}_{it} = Sınırlı ortalama varyansa sahip rastgele bağımsız değişkenleri,

$E(\tilde{Z}_{it}) = k'$ 'yi, ifade etmektedir.

$Var(\tilde{Z}_{it})$ ise $2k(T-K-1)/T+1$ 'i göstermektedir (Demir ve Görür, 2020, s. 20).

Çalışmaya ilişkin eğitim katsayılarının homojenlik durumları aşağıda Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'de yer alan homojenlik testi sonuçları incelendiğinde, homojenite testleri için oluşturulan H_0 hipotezinin reddedildiği ve dolayısıyla birimlerin heterojen özellik gösterdiği belirlenmiştir. Sonraki aşamalarda yapılacak birim kök ve eşbütünlüşme testleri yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve heterojen yapıdaki testlerden seçilecektir.

Panel Birim Kök Analizi

Tahminleme yapılmadan önce panel veri analizlerinde gerçekleştirilmesi gereken ön testlerden bir diğeri de birim kök testleridir. Panel veri analizlerinde, birim kök analizi yapılırken birinci nesil ve ikinci nesil birim kök testleri kullanılabilir. Birinci nesil birim kök testleri yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan birim kök testleri olarak karşımıza çıkarken, ikinci nesil birim kök testleri ise yatay kesit bağımlılığını dikkate alan birim kök testleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Veri setini oluşturan serilerde yatay kesit bağımlılığının olması ve homojenlik testinin de heterojen sonuçlar vermesi nedeniyle serilerde durağanlık, ikinci nesil birim kök testlerinden birisi olan ve heterojenlik özelliği barındıran Pesaran (2007) CADF testi ile incelenmiştir.

Bu testin temel denklemi aşağıdaki gibidir (Gujarati, 2004, s. 798);

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + d_i t + \sum_{j=1}^{p_j} \Phi_{ij} \Delta y_{i,t-j} + u_{it} \quad (4)$$

$t=1,2,\dots,T; i=1,2,\dots,N$

Temel denklemdeki hata terimi " $u_{it} = \lambda_i f_t + \varepsilon_{it}$ " biçiminde ifade edilir. Hata terimine ait denklemde f_t ; görülmeyen ortak etki (common effect) olarak kabul edilmektedir ve durağan olduğu varsayılmaktadır. " ε_{it} " ise illere ait bireysel hatayı belirtir. Modeldeki yatay kesit bağımlılığı, görülmeyen ortak etkiden dolayı kaynaklanmaktadır.

Çizelge 2. Homojenite Testleri Sonuçları

Table 2: Results of Homogeneity Tests

Değişkenler	$\hat{\Delta}$		$\hat{\Delta}_{adj}$		Karar
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	
Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı	5,786	0,000	6,784	0,000	Heterojen
Açılan Şirket Sayısı	5,141	0,000	6,029	0,000	Heterojen
Kapanan Şirket Sayısı	8,442	0,000	9,899	0,000	Heterojen
Model 1 (Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı + Açılan Şirket Sayısı)	9,347	0,000	7,199	0,000	Heterojen
Model 2 (Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı + Kapanan Şirket Sayısı)	8,140	0,000	9,143	0,000	Heterojen

H₀: Eğim Katsayıları Homojendir

Çizelge 3. CADF Panel Birim Kök Test Sonuçları

Table 3. CADF Panel Unit Root Test Results

Değişkenler	I (0)	I (1)
Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı	- 2,583	- 4,295*
Açılan Şirket Sayısı	- 4,691	- 5,658*
Kapanan Şirket Sayısı	- 2,380	12,000***
Panel CIPS	-3,270	-7,123**

Not: Kritik değerler, %1 için -7,44***, %5 için -4,90** ve %10 için -3,99* dur. Kritik değerler, panelin tamamı için Pesaran (2007) 'den elde edilmiştir.

H₀: Birim Kök Vardır

Çizelge 4. Westerlund ve Edgerton Panel Eşbütünleşme Test Sonuçları

Table 4. Westerlund and Edgerton Panel Cointegration Test Results

İlişkiler ve Yönü	Test İstatistiği	Bootstrap Olasılık	Asimtotik Olasılık
Açılan Şirket Sayısı → Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı	54,532	0,622	0,000
Kapanan Şirket Sayısı → Muhasebe Meslek Mensubu Sayısı	46,057	0,772	0,000

H₀: Değişkenler Arasında Eşbütünleşme Vardır

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{p_i} c_{ij} \Delta y_{i,t-j} + d_i t + h \bar{y}_{t-1} + \sum_{j=0}^{p_i} \eta_{ij} \Delta \bar{y}_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

CADF birim kök testi hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H₀: $\beta_i = 0$; Bütün "i" ler için seri durağan halde değildir.

H₁: $\beta_i < 0$; Seri durağandır. (i=1,2,...,N₁, $\beta_i = 0$

$$i=N_1+1, N_1+2, \dots, N)$$

CADF testi sonucunda β_i katsayılarına ait test istatistikleri bulunur. Kritik değerleri ise Pesaran (2007) yapmış olduğu çalışmada tablolar şeklinde sunulmuştur (Pesaran, 2007: 269).

CADF testinde, CIPS (Cross-Sectionally Im-Pesaran-Shin: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında IPS) istatistiği illere ait birim kök testi istatistiklerinin ortalaması alınarak elde edilmektedir. CIPS istatistiği normal dağılım göstermemekle birlikte panelin geneli için durağanlığı temsil eder (Pesaran, 2007, s. 278).

$$CIPS^*(N,T) = \overline{CADF^*} = N^{-1} \sum_{i=1}^N CADF_i \quad (6)$$

Çalışmada kullanılan CADF birim kök testi analizlerinin sonuçları aşağıdaki Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3'te bulunan CADF panel birim kök testinin neticeleri incelendiğinde, yapılan analize ilişkin bütün seriler için I (1) seviyesinde, CADF panel birim kök testi için oluşturulan H₀ hipotezinin reddedildiği yani durağan hale geldikleri görülmektedir. Dolayısıyla her iki serinin de I (1) seviyesinde durağanlaşması seriler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin incelenmesine de olanak sağlamıştır.

Panel Eş Bütünleşme Analizi

Serilerin düzeyde durağan olmaması halinde seriler arası ilişki incelenirken, sahte regresyon problemi ile karşılaşılması adına serilerin birinci farkları alınmaktadır. Bu durum ise serilere ait bazı bilgilerin kaybedilmesine neden olabilmektedir. Bu yüzden I (0) seviyesinde durağanlaşmayan ve I (1) seviyesinde durağanlaşan seriler arasındaki uzun dönemli ilişkiler, eş bütünleşme analizleri ile incelenebilmektedir (Demir ve Görür, 2020, s. 24).

Çalışmanın veri setini oluşturan tüm serilerin, Pesaran (2007) CADF testine göre birinci farklarında durağan oldukları tespit edilmiştir. Uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisi ise Westerlund ve Edgerton (2007) Panel LM testi ile ele alınmıştır.

Westerlund ve Edgerton (2007) Panel LM testi bootstrap metodu sayesinde yatay kesit bağımlılığının olması halinde panel bazında uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisine dair tutarlı sonuçlar verebilmektedir. Asimtotik metodu sayesinde ise yatay kesit bağımlılığının olmaması durumunda panelin bazında uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisine dair tutarlı sonuçlar verebilmektedir (Westerlund ve Edgerton, 2007, s.186-188). Panel LM test istatistiği denklem (7)'deki regresyon modelinden yola çıkılarak elde edilmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \chi_{it} \beta_{it} + z_{it} \quad (7)$$

Denklem (7)'de "z_{it}" hata terimini ifade etmekte olup denklem (8)'deki gibi elde edilmektedir.

$$z_{it} = u_{it} + v_{it}, \quad v_{it} = \sum_{j=1}^t \eta_{ij} \quad (8)$$

Denklem (8)'de " η_{ij} " varyansı " σ_i^2 " olan ve ortalaması sıfır olan hata terimidir. Denklem (7)'den yola çıkarak Panel LM test istatistiği denklem (9)'deki gibi hesaplanmaktadır.

$$LM_N^+ = \frac{1}{NT^2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{\omega}_i^{-2} S_{it}^2 \quad (9)$$

Denklem (9)'de " $\hat{\omega}_i^{-2} u_{it}$ "nin uzun dönem varyansını, " S_{it}^2 " ise " z_{it} " hataterriminin kısmi toplamını ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan panel eşbütünleşme analizi sonuçları aşağıda Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4'de yer alan panel eşbütünleşme testi sonuçları incelendiğinde Westerlund ve Edgerton panel eşbütünleşme testi için oluşturulan H_0 hipotezinin kabul edildiği daha açık bir ifadeyle seriler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmuştur.

Sonuç

Bu çalışmada, açılan ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki uzun dönemli ilişki araştırılmıştır. Çalışma kapsamında oluşturulan veri seti toplamda 71 birimlik (71 il) yatay kesit boyutuna ve 11 dönemlik (2010- 2020) zaman boyutuna ve her seri için toplamda 781 gözlem değerine sahip bir panel veri setidir. TÜRMÖB'un il düzeyinde odası bulunmayan, Ağrı, Ardahan, Bayburt, Bingöl, Hakkâri, Iğdır, Kilis, Siirt, Şırnak ve Tunceli çalışma kapsamında yer almamıştır.

Çalışmada, açılan şirket sayıları ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki ilişkilerin tahmininde kullanılacak yöntem karar vermek amacıyla; her bir seri için yatay kesit bağımlılığı ve homojenite durumu ve her bir seri için durağanlık durumu çeşitli testler kullanılarak kontrol edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığı testleri sonucunda tüm serilerin yatay kesit bağımlılığı içerdiği, durağanlık testleri sonucunda tüm serilerin düzeyde birim kök içerdikleri ve birinci farklarında durağanlaştıkları ve homojenite testleri sonuçlarının ise heterojen oldukları tespit edilmiştir. Ön testlere ilişkin sonuçlar doğrultusunda açılan şirket sayıları ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasındaki eş bütünleşme ilişkisi Westerlund ve Edgerton (2007), Panel LM eş bütünleşme testi ile araştırılmıştır.

Çalışmada kullanılan Westerlund ve Edgerton (2007) Panel LM eş bütünleşme testi sonucunda, açılan şirket sayıları ve kapanan şirket sayıları ile muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayıları arasında eş bütünleşme ilişkisinin var olduğu, daha açık bir ifadeyle söz konusu seriler arasında uzun dönemli ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, açılan şirket sayılarının ve kapanan şirket sayılarının muhasebe meslek mensubu olarak çalışanların sayılarındaki hareketliliğe uzun dönemde etki ettiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar göstermektedir ki muhasebe mesleğinin geleceği açılan ve kapanan şirket sayısı ile yakından ilgilidir. Devlet tarafından geliştirilecek politika

ve destekler ile yeni şirketlerin açılması teşvik edilebilir, mevcut şirketlerinde yaşamlarını sürdürmelerine katkıda bulunulabilir. Bu sayede muhasebe meslek mensupları da dolaylı olarak desteklenerek, mesleğin gelişmesi ve kalkınması sağlanabilir.

Öte yandan ekonomide yaşanacak krizler, daralmalar gibi çeşitli olumsuzluklar şirket iflaslarına yol açabilir ve bu durum mesleğin geleceğini olumsuz yönde etkileyebilir. Muhasebe meslek odaları, devlet ile iş birliği halinde çalışarak ekonominin negatif olduğu dönemlerde meslek mensupların desteklenmesi ve yaşamlarını sürdürebilmeleri için birtakım önlemler alınabilir. Ayrıca muhasebe meslek mensupları kariyer planlaması yaparken illerdeki açılan ve kapanan şirket sayılarını dikkate alabilirler.

İleride yapılacak çalışmalarda konunun bölgesel olarak ele alınması bölgeler özelinde değerli bilgilerin elde edilmesini sağlayacaktır ve buna ek olarak meslek mensubu sayısını etkileyebilecek diğer değişkenler araştırmaya eklenerek çalışma daha ileri götürülebilir.

Extended Summary

Introduction

This study aimed to investigate the relationship between the number of companies that opened and closed and the number of employees working as professional accountants. For this purpose, the relationships between variables were examined using the Westerlund and Edgerton panel cointegration test. To the best of our knowledge, this is the first study on this subject. This study is important in that it reflects the supply and demand balance of the profession and shows whether the job security of the professionals depends on the number of companies.

Literature on Research

Since the study was the first in terms of the methods and data used, the literature in this area is limited. For this reason, while doing the literature review, the studies on newspaper advertisements and those using different methods were also reviewed in addition to the practice studies on professional accountants in which quantitative and qualitative questionnaires were used mostly.

Penafort and Ahmad (1997), in their study in Malaysia, examined job postings for 500 accounting professions. At the end of the research, they found that technical dominance such as technological and computer use, as well as being competent, innovative, strong, and leadership characteristics are the criteria sought.

Mauldin, Crain, and Mounce (2000) reached many factors in their study in which they examined the factors that affect the choice of the accounting profession. They concluded that the most dominant factors among these effects were related to the financial return of this profession, personal reasons and family orientation, and the particular interest in this field.

Cürük, Doğan, and Türk (2005) conducted a study on the problems of accounting professionals, and it was discussed that those who do the accounting profession should not be educated considering multinational

companies and not receive the necessary training in this field. They stated that this situation is effective in the employment of professional accountants.

Yayla and Cengiz (2005) carried out their studies on Karadeniz Technical University FEAS students. Within the scope of the study, they investigated the reasons for choosing the accounting profession of students. At the end of the study, they found that in addition to personal, close relatives, and friends, the profession's attractiveness and earnings are influential in selecting this profession.

Dinç, Abdioğlu, and Büyüksalvarcı (2010) examined a behavior-benefit relationship between professional accountants and taxpayers in an impulse-reaction perspective. It has been concluded that there is no significant relationship in the results of the survey conducted with the data of 2228 professionals. Further, it has been found that the behavior of professional accountants towards their taxpayers does not affect their earnings.

Şengel (2011) conducted research by taking into account the accounting advertisements given in the newspaper. The study examined the characteristics sought in people who will practice the accounting profession between the years 1995-2010. At the end of the research, it has been determined that an accountant's characteristics such as communication, analytical thinking ability, suitability for teamwork, and having a responsible personality are sought. It has been commented that there is a demand for people with these characteristics.

Çarıkçı (2017) investigated the factors affecting the preference of the accounting profession in the sample of undergraduate and associate degree students studying accounting. At the end of the study, attitudes and behaviors gathered under six factors were determined, and it was determined that the most effective one among these factors was the harmony of the people with the sector.

Temelli (2019) conducted a survey on Ağrı faculty of economics and administrative sciences students in their study, in which they examined the factors that affect the choice of professional accountants. Considering the findings obtained from the survey, "professional attractiveness", "professional expectation", "the effect of family and environment" were collected as three factors. It has been determined that the "professional attractiveness" factor in the accounting profession preference is more dominant than the professional expectation and family environment effects.

Özdemir and Yıldırım (2020), in their study, applied the ratio analysis method between the number of accounting professionals on a provincial basis and the changing population, income tax (GV) and corporate tax (KV) taxpayers in Turkey between 2016- 2017. As a result of the application, numerical and proportional results were obtained, it was seen that the cities with the highest number of SM and SMMM numbers were the big cities with high population density, but these cities were the least dense cities per population. As a result of the study, it was emphasized that it is important for people who do

this profession to consider their density on a provincial basis, apart from their personal career goals.

Method of the Research

In the study, a five-step process was followed in modeling the relationships between the numbers of companies opened and closed and the number of employees as professional accountants. In the first step, the cross-sectional dependence between provinces in the data set was checked using the cross-sectional dependence (CD) test developed by Pesaran (2004). In the second step, the homogeneity of the series was examined using the delta (Δ) and corrected delta (Δ_{adj}) tests reported by Pesaran and Yagamata (2008). In the third step, the stationary states of the series were analyzed using the Cross-sectionally Augmented Dickey-Fuller (CADF) test developed by Pesaran (2007). Finally, the long-term relationship between the numbers of companies opened and closed and the number of employees as professional accountants was examined using Westerlund and Edgerton (2007) Panel Lagrange Multiplier (LM) test.

Findings of the Research

As a result of the cross-sectional dependence tests, it was found that all series had a cross-sectional dependence and a unit root at the level. It was also found that all the series were stationary and heterogeneous. In the Westerlund and Edgerton (2007) Panel LM cointegration test, it was found that there was a cointegration relationship between the numbers of companies opened and closed and the number of accounting professionals that is there was a long-term relationship between these series.

Conclusion

In this study, the long-term relationship between the number of companies that opened and closed and the number of employees as professional accountants was investigated. The data set created within the scope of the study is a panel dataset with a cross-sectional dimension of 71 units (71 Provinces) and a time dimension of 11 periods (2010-2020) and a total of 781 observation values for each series. Ağrı, Ardahan, Bayburt, Bingöl, Hakkari, Iğdır, Kilis, Siirt, Şırnak and Tunceli, which do not have a provincial chamber of TÜRMOB, were not included in the scope of the study.

In the study, in order to decide on the method to be used in the estimation of the relationship between the number of companies opened and companies closed, and the number of employees as professional accountants; Cross-section dependence and homogeneity status for each series, and stationarity status for each series were checked by using various tests. As a result of cross-sectional dependence tests, it was determined that all series contain cross-section dependence, as a result of stationarity tests, all series contain unit roots at the level and become stationary at their first difference, and homogeneity test results are heterogeneous. In line with the results of the pre-tests, the cointegration relationship between the number of companies opened and the number of companies closed and the number of

employees as professional accountants was investigated by Westerlund and Edgerton (2007), Panel LM cointegration test.

Westerlund and Edgerton used in the study (2007) on the panel LM co-integration test results, drop the number of companies and the number of closed companies and accounting professionals that have the co-integration relationship between the number of employees as has been determined that the relationship long-term among the more precisely the said series.

As a result, it was found that the number of companies that opened and closed had long-term effects on the mobility in the number of employees working as accounting professionals. These results show that the future of the accounting profession is closely related to the number of companies that opened and closed. Some state policies and supports can be developed to encourage the opening of new companies and to support the existing companies. In this way, professional accountants can be supported indirectly, and the development of the profession can be ensured.

On the other hand, various problems such as crises and contractions in the economy may lead to company bankruptcies, and this may negatively affect the future of the profession. Professional accounting chambers can work in cooperation with the state to take some measures to support the members of the profession and to sustain their lives in times of economic hardship. In addition, accounting professionals can take into account the number of companies opened and closed in their provinces while planning their careers.

Kaynaklar

- Acar, D., Tetik, N. (2019). Genel Muhasebe, (17.bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baltagi, B.H. (2008). Forecasting with panel data, *Journal of Forecasting*, 27(2), 153-173. <https://doi.org/10.1002/for.1047>
- Breusch, T. S., and Pagan, A. R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics, *Review of Economic Studies*, 47(1): 239-253, <https://doi.org/10.2307/2297111>
- Çarıkçı, O. (2017). Muhasebe eğitimi almakta olan öğrencilerin muhasebe mesleğine yönelik tutumlarının sektörde çalışma niyetine etkisi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (76): 221-238, <https://doi.org/10.25095/mufad.400232>
- Çürük, T., Doğan, Z., Türk, Z. (2005). Çok uluslu işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülkelerde karşılaştıkları muhasebe sorunları, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (32): 53-79, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusiyasal/issue/604/6087>
- Demir, Y., Görür, Ç. (2020). OECD ülkelerine ait çeşitli enerji tüketimleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin panel eş bütünleşme analizi ile incelenmesi. *EKOIST Journal of Econometrics and Statistics*, 0(32): 15-33, <https://doi.org/10.26650/ekoist.2020.32.0005>
- Dinç, E., Abdioğlu, H., Büyükşalvarcı, A. (2010). Muhasebe meslek mensuplarının davranışsal değişkenlerinin kazanç düzeyi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik görgül bir araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 10(4): 1155-1165. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eab/issue/39882/473302>
- Gujarati, D.N. (2004). *Basic Econometrics* (4. ed.). New York: The Mcgraw-Hill Companies.
- Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (2021). Kamu gözetimi kurumu tanıtım broşürü. Erişim Adresi: <https://kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/5276/Tanitım-Kitapçığı>.
- Kandemir, C., Kandemir, Ş. (2018). *Muhasebe imgesi ve gerçekliği* (1. bs.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Mauldin, S., Crain, J.L., Mounce, P.H. (2000). The accounting principles instructor's influence on students' decision to major in accounting", *Journal of Education for Business*, 75(3): 142-148, <https://doi.org/10.1080/08832320009599005>
- Özdemir, O., Yıldırım, M. (2020). Muhasebe meslek mensuplarının nüfus ve mükellef yoğunluğunun tespitine yönelik bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(26): 118-135. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.652835>
- Penafort, F., Ahmad, B.B. (1997). Employers' expectations on today's accounting profession: a malaysian case-study, *Asian Review of Accounting*, 5(2): 78-97, <https://doi.org/10.1108/eb060691>
- Pesaran, M.H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels (CESIFO Working Paper No. 1229). Retrieved from https://www.econstor.eu/bitstream/10419/18868/1/-cesifo1_wp1229.pdf
- Pesaran, M.H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence, *Journal of Applied Econometrics*, 22(2): 265-312, <https://doi.org/10.1002/jae.951>
- Pesaran, M.H., Ullah, A., Yamagata, T. (2008). A bias-adjusted LM test of error cross-section independence, *The Econometrics Journal*, 11(1): 105-127. <https://doi.org/10.1111/j.1368-423X.2007.00227.x>
- Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. (1989, 13 Haziran), *Resmî Gazete* (Sayı: 20194). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20194.pdf>
- Şengel, S. (2011). Türkiye'de muhasebe meslek elemanı talebi üzerine bir araştırma", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (50): 167-180, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35629/396049>
- Temelli, F. (2019). Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe mesleği seçiminde etkili olan faktörler: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İİBF örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Özel Sayı, 141-160. <https://doi.org/10.25095/mufad.606010>
- Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği. (2021). Üye istatistikleri. Erişim Adresi: <https://turmobil.org.tr/istatistikler/>
- Westerlund, J., Edgerton, D.L. (2007). A Panel Bootstrap Cointegration Test. *Economic Letters*, 97(3): 185-190. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2007.03.003>
- Yardımcıoğlu, M., Büyükşalvarcı, A., İyibildiren, M. (2006). Etiksel açıdan yeminli mali müşavirlerin sorumluluklarının konya ili özelinde incelenmesi, *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 2006(2): 170-179. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10226/125759>
- Yayla, H.E., Cengiz, E. (2005). Muhasebe mesleğinin tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir alan çalışması: Karadeniz teknik üniversitesi örneği. *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 147-168.



Factors Affecting Consumers' Perceived Luxurious Brand Purchases

Canan Yılmaz Uz^{1,a,*}

¹Department of Aviation Management, Faculty of Aviation and Space Sciences, İskenderun Technical University, Hatay, Turkey

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 11/10/2021

Accepted: 09/02/2022

ABSTRACT

Purchased brands that are bought in a flashy world provide a clue about brand users and their lifestyles. It is seen that this evaluation, especially about the preferences in the luxury consumption sector, plays a role in the brand preference of the consumers. It is obvious that some factors affect the consumer's intention to purchase luxury brands, who try to convey the messages they want to give with their brand preferences. The effect that the individual wants to leave on society is tried to be realized through consumption today. Preferred products aim to achieve this effect. Therefore, knowing the factors affecting consumers' intention to purchase luxury brands is essential for both retailers and consumers. In this study, it has been tried to investigate whether social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious have an effect on luxury brand purchase intention. The effect of social influence, conspicuous consumption, brand-conscious, and arrogance on luxury brand purchase intention has not been examined in the literature, and the impact of sub-components of vanity on luxury brand purchase intention has not been investigated yet. makes the study unique in the field. The data used in the study were collected by questionnaire method, one of the data collection methods, and answered by 307 people. SPSS statistical program was used for analyzing the data. It has been revealed that social influence affects luxury brand purchase intention, and the sense of vanity has a positive effect on luxury brand purchase intention and its sub-dimensions. However, another result of the study is that conspicuous consumption and brand-conscious also affect luxury brand purchase intention. Another original result of the study is that the variables used in the study affect the luxury brand purchase intention together positively.

Keywords: Social Impact, Vanity, Conspicuous Consumption, Brand Conscious

Tüketicilerin Algılanan Lüks Marka Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler

Süreç

Geliş: 11/10/2021

Kabul: 09/02/2022

Öz

Günümüzün gösterişli dünyasında satın alınan markalar, marka kullanıcıları ve bu kullanıcıların yaşam tarzları hakkında bizlere birtakım ipuçları vermektedir. Özellikle lüks tüketim sektöründeki tercihler ile ilgili yapılan bu değerlendirmenin, tüketicilerin marka tercihinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Vermek istediği mesajları, yaptığı marka tercihleri ile vermeye çalışan tüketicinin, lüks marka satın alma niyetini etkileyen birtakım faktörlerin olduğu aşikârdır. Bireyin toplum üzerinde bırakmak istediği etki, günümüzde tüketim aracılığıyla gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Tercih edilen ürünler, bu etkiye ulaşma amacı gütmektedir. Tüketicinin lüks marka satın alma niyetini etkileyen faktörlerin bilinmesi hem perakendeciler hem de tüketiciler açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada sosyal etki, kibir, gösterişçi tüketim ve marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerine bir etkisinin olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır. Literatürde sosyal etki, gösterişçi tüketim, marka bilinci ve kibir duygusunun lüks marka satın alma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmemiş olması, kibir duygusunun alt bileşenlerinin lüks marka satın alma niyeti üzerine etkisinin henüz araştırılmamış olması, çalışmayı alanda özgün kılmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi ile toplanmış ve 307 kişi tarafından yanıtlanmıştır. Verilerin analizinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Sosyal etkinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu, kibir duygusunun, alt boyutlarıyla beraber lüks marka satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Gösterişçi tüketim ve marka bilincinin de lüks marka satın alma niyeti üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu çalışmada ulaşılan bir diğer sonuçtur. Çalışmada kullanılan değişkenlerin bir arada lüks marka satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği çalışmanın özgün sonuçlarından biridir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Etki, Kibir, Gösterişçi Tüketim, Marka Bilinci

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

^a canan.yilmazuz@iste.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0002-4798-2262>

How to Cite: Yılmaz Uz C. (2022) Factors Affecting Consumers' Perceived Luxurious Brand Purchases, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 455-470, 2022

Giriş

Tüketiciler, satın alma karar sürecinde çok çeşitli faktörlerin etkisi altında kalabilmekte, bu etki nedeniyle satın alma eğilimleri çeşitlilik gösterebilmektedir. Özellikle lüks marka satın alırken etkisi altında kalınan motivasyonlar, bazen diğer alışveriş motivasyonları ile farklılık gösterebilmektedir. Tüketici bazen içinde yaşadığı sosyal çevrenin izlerini taşıyan birtakım kararlar verebilmekte, bazen de kendi duyguları tarafından yönlendirilebilmektedir. Yaşanan bu etkinin satın alma niyetine izdüşümü ise, biraz da satın alma amacına bağlı olarak değişebilmektedir. Satın alma isteği, tüketicinin bir duyguyu tatmin etmek için ortaya çıkabilirken, bazı durumlarda arzu edilen bir imajı veya verilme istenen bir mesajı diğerlerine aktarabilme amacı taşıyabilmektedir.

Bilinçli tüketici sayısının gittikçe artması, markaları ne istediğinin çok iyi farkında olan tüketiciler ile baş başa bırakmıştır. Neyi, hangi amaçla satın almak istediğini bilen tüketici, markalar hakkında yeterli bir bilgiye sahip olabilmekte, bu bilgiyi değerlendirerek bir seçim yapıp marka tercihinde bulunabilmektedir. Özellikle diğer bireylerin kendisi hakkındaki düşüncelerini önemseyen, satın aldıkları ile kendini ifade edebileceğini düşünen bireyler, bunu satın almak istedikleri markalar aracılığıyla başarmayı düşünmektedirler.

Çalışmanın amacı, sosyal etki, kibir, marka bilinci ve gösterişçi tüketimin lüks marka satın alma niyeti üzerinde etkisi olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, kibir değişkeni, fiziksel kibir ve başarı kibri olmak üzere iki boyutta incelenerek bu iki değişkenin de yine lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etki yaratıp yaratmadığının test edilmesi amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal Etki

Sosyal etki, diğer insanların birinin inançlarını, duygularını ve davranışlarını etkileme şekli ile ilgilidir (Mason ve ark., 2007:80). Bir markayı satın alma niyeti, tüketicinin markaya yönelik tutumunun yanı sıra, sosyal normların ve diğer insanların beklentilerinin etkisine dayanmaktadır (Suki, 2013: 126). İnsanların beklentileri, tüketicilerin davranışlarını şekillendirmekte ve ürün veya marka tercihleri üzerinde rol oynayabilmektedir. Nitekim sosyal etkinin, bazı çalışmalarda bireylerin belirli bir davranışa yönelik tutum ve niyetlerini etkileyen önemli bir faktör olarak ele alındığı (Wang ve Lin, 2011: 53) görülmektedir. Kişinin, başkalarının düşüncelerini önemseydiği ve davranışlarını buna göre şekillendirme ihtimali düşünüldüğünde, sosyal etkinin bir şeyi satın alma veya almama kararı üzerinde de etkili olabileceği söylenebilmektedir. Sosyal etki, "kişinin kendisi için önemli olan çoğu insanın söz konusu davranışı gerçekleştirmesi gerektiğini veya yapmaması gerektiğini düşündüğü" algısı olarak tanımlanmaktadır (Kaabachi, ve ark., 2019: 513) Hatta tüketicilerin yaptıkları marka tercihlerinin diğer bireyler üzerinde etkisi olduğu ve ürün veya markanın kalitesini buna göre değerlendirdikleri

ortaya konmuştur (Wang ve Lin, 2011: 53). Sosyal etki, diğer insanların görüşlerinin bir bireyin algılarını nasıl etkilediğini ifade eder (Wang ve ark., 2017) ve dışsal bir motivasyon uyarısı olarak düşünülür (Dewi, ve ark., 2020: 286). Gruzd, ve ark. (2012:2340)'ne göre sosyal kabul görmek isteyen bireyler muhtemelen başkalarının beklentilerine uyar ve bireyin davranışsal niyetine katkıda bulunur.

Tüketiciler, bazı durumlarda kendi kararlarını vermek yerine başkalarının seçimlerini takip etme eğiliminde olup bunu özellikle aralarında yoğun bir bilgi paylaşımı olduğu durumlarda gerçekleştirmektedirler (Wang ve Lin, 2011: 53). Chen ve ark. 2008'de yaptıkları bir çalışmada tüketicilerin online kitap satın alma konusunda karar verirken başkalarının seçimlerinden etkilenebileceğini ortaya çıkararak bu düşünceye katkı sağlamışlardır. Araştırmalar, sosyal etkinin özellikle arkadaşlar, aile üyeleri ve meslektaşlar gibi akranlardan alınan tavsiyelerin güçlü bir etkisi olduğunu göstermiştir (Kaabachi ve ark., 2019: 513). Ho ve ark. (2016:2) de, başkalarının fikirlerinin diğer insanların eylemlerini etkileyebileceğini belirterek (Dewi, ve ark., 2020: 286) sosyal etki kavramının satın alma üzerindeki gücünü bir kez daha ortaya koymuşlardır.

Gösterişçi Tüketim

İlk olarak Thorstein Veblen tarafından araştırılan bir konu olan gösterişçi tüketim, esas olarak zenginliği göstermeyi ve statüyü ifade etmeyi amaçlayan aşırı harcamaları tanımlamak için kullanılmıştır (Wu ve ark., 2019: 23). Sosyal iletişimin en yaygın araçlarından biri sayılan gösterişçi tüketim (Abraham ve Reitman, 2018: 413), tüketicilerin sahip oldukları serveti gösterme ve belli bir prestije sahip statülerini geliştirme yollarından biri olarak kabul edilir (Shao ve ark., 2019). Diğer bireylere belirli bir mesaj verme arzusu içinde olan tüketiciler, bunu tüketim alışkanlıklarını kullanarak yapmakta, bazı tüketiciler ise vermek istedikleri mesajı veya başkalarının gözünde yaratmak istedikleri imajı, tüketim şekilleri ile iletmeyi tercih etmektedirler.

"Birçok şeyi, özellikle de gerekli olmayan pahalı şeyleri insanların fark edeceği şekilde satın alma eylemi" olarak tanımlanabilen (Longman American Dictionary, 2000: 296) gösterişçi tüketim, Veblen (1899)'e göre zenginliği göstermeyi, kişinin zenginliğine dikkat çekmeyi ve egoyu şişirmek için pahalı eşyalara sahip olmayı ve bunları sergilemeyi tanımlar. Bu nedenle bireyler, özellikle başkalarının dikkatini çekecek ürünleri satın almayı, bu ürünleri kullanmayı, tüketmeyi ve bunu diğerlerine göstermeyi tercih ederek sahip oldukları sosyal statüye dair bir imaj yaratmak istemektedirler. Yapılan bazı araştırmalar, belirli gruplara göre gösterişçi tüketimin, tanınmak veya statü kazanmak için zenginliğin sembolik öğelerle gösterilmesi (Chen ve ark., 2008; Kastanakis ve Balabanis, 2014), yüksek benlik kavramı (Sirgy, 1982; Kastanakis ve Balabanis, 2014) ve benzersizlik (Tepper-Tian ve ark., 2001) gibi kavramlarla ilişkilendirildiğini ifade etmektedir (Lewis ve Moital, 2016: 139). Belirli markaları satın alan tüketiciler, bu markaların kendilerine kattığını

düşündükleri değer sayesinde diğer tüketicilerden farklılaşacaklarını, sahip oldukları zenginliği gösterme fırsatı yaratabileceklerini ve bu yolla tanınırlıklarını arttırabileceklerini düşünmektedirler. Nitekim tüketici bakış açısından, gösterişçi tüketim, zenginlik ve statüye işaret etmek için lüks mal ve hizmetleri satın alma olgusunu ifade eder. Hatta bazı tüketiciler belli bir statü ve zenginliği göstermesi sebebiyle lüks mallar için daha yüksek fiyatlar ödemeye istekli olmaktadır (Yang ve Mattila, 2016: 1848). Marka bilincine sahip tüketicilerin ait oldukları gruplardan onay alabilmek için daha pahalı ve tanınmış markaları satın almak istedikleri belirtilmiştir (Sung ve ark., 2019:10). O’Cass ve McEwen (2004), bireylerin genellikle sosyal statüyü gözler önüne seren ürünler satın alarak onay ve ayırım kazandıklarını belirterek gösterişçi ürün kullanmanın, referans gruplarından onay sağladığını savunmaktadırlar (Lee ve ark., 2020:3). Dolayısıyla tüketicilerin lüks markaları kendi başlarına karar vererek değil, başkalarının fikirlerine göre satın aldıklarını söylemek mümkündür. Grubb ve Grathwohl (1967:24) da benzer bir noktaya dikkat çekerek ürünlerin birey ile referans aldığı kişiler arasında bir iletişim aracı olarak hizmet eden sosyal araçlar olduklarını dile getirmiş, tüketicilerin bir referans grubuyla ilişki kurarak diğer insanların beklentilerine uymaya ve bu şekilde öz imajlarını geliştirmeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. Birey, kullandığı markalar veya ürünler sayesinde dâhil olmak istediği sosyal gruplara benzerliğini pekiştirmeye çalışmakta, aidiyet duygusunu vurgulamak istemekte ve bu şekilde iletişim kurmaya çalışmaktadır. Tüketiciler bu nedenle referans gruplarından onay alabilmek veya onlar tarafından tanınabilmek amacıyla gösterişçi ürün satın almak istemektedirler. Bunun sebeplerinden biri de insanların başkalarının başarısı veya mutluluğu hakkında kısmen de olsa sahip olduklarına dayalı olarak çıkarımlar yapmalarıdır (Wu ve ark., 2019:23). Bu nedenle tüketicilerin ürün veya markaları yalnızca faydacı nedenlerle satın almadıkları, satın alma karar sürecinde bu ürün veya markaların taşıdığı anlamların da etkili olduğu görülmektedir. Hatta bunun için de daha az paraya sahip olanların bile bir sosyal gruba katılmak için benzer bir davranış sergileyebilecekleri belirtilerek (Lewis ve Moital, 2016: 139) gösterişçi tüketimin altında yatan nedenlere dikkat çekilmektedir.

Marka Bilinci

Tüketicilerin belirli markaları diğer markalara tercih etme nedenlerini ve ilgilendikleri markalara ilişkin bilgileri nasıl değerlendirdiklerini anlamak için geliştirilen (Grinsven ve Das, 2015:1712) marka bilinci kavramı, tüketicilerin pahalı ve ünlü markaları satın alma eğilimi olarak tanımlanır (Sharda ve Batt, 2018:226). Tüketiciler, bir markayı satın alma kararı verirken hangi faktörleri değerlendirdiklerini ve seçtikleri markaları ne gibi sebeplerle tercih ettiklerinin farkındadırlar. Satın alma öncesinde tüketicilerin markalı ürünlere yönelik psikolojik yönelimi olarak ifade edilen marka bilincine sahip tüketiciler tanınmış markalı ürünleri seçmektedirler (Jiang ve Shan, 2016:184) çünkü marka bilincine sahip

tüketicilerin yüksek fiyatlı markaların üstün kaliteye sahip olduklarını düşündükleri belirtilmektedir (Sprotles ve Kendall, 1986:268; Keller, 1993:2). Daha yüksek fiyatın daha yüksek kaliteyi yansıttığına inanmaları, tüketicilerin en çok reklamı yapılan yüksek fiyatlı ürünleri satın almayı tercih etmelerini sağlamakta ve daha yüksek fiyatlı bir markanın daha çok dikkat çekeceği varsayımıyla, tüketici bu markayı satın alma konusunda ısrarcı davranmaktadır.

Markalar, bireylerin yalnızca satın alma işlemine eşlik eden riski azaltmalarına değil, onlara benzersiz bir sosyal kimlik vererek sosyal çevrenin bir parçası olmalarına da yardımcı olmaktadır (Kautish, 2020:5). Kullandıkları markalar sayesinde arzu ettikleri kimliğe büründüklerini düşünen tüketiciler, markanın diğer kullanıcılarının oluşturduğu sosyal gruba ait olduklarını hissetmektedirler. Ünlü marka isimlerine sahip ürünler, marka bilincine sahip tüketicilerin benlik kavramlarını oluşturmalarına ve kendilerini ifade etmelerine yardımcı olmakta (Solomon, 1983:320; Keller, 1993:2), tüketiciler de genellikle kişisel özelliklerini ve tercihlerini marka aracılığıyla anlatmayı (Manrai ve ark., 2001:271) tercih etmektedirler. Diğerlerine vermek istedikleri mesajları kullandıkları veya tükettikleri ürünler veya bu ürünlerin markaları aracılığıyla vermeye çalışan tüketiciler bu sayede nasıl bir yaşam tarzına sahip olduklarını da gözler önüne serme fırsatı bulmaktadırlar. Ayrıca kullanılan bu ünlü ve pahalı markalar tüketicilere istedikleri gruba ait olma duygusunu yaşatıp sosyalleşmelerine de yardımcı olarak (Lachance ve ark., 2003:49) kendi dünyalarını kurmalarına katkı sağlamaktadır. Markalar, sahip olunan sosyal kimliği ortaya çıkarmakta ve tüketicilerin grup aidiyetleri ile sosyal uyumu güçlendirmektedir (Ouwersloot ve ark., 2008:572). Markaların, kullanıcıları arasında bir sempati doğuracağını ve böylece bireylerin toplumda kabul görmelerine, öz imajlarını geliştirmelerine fırsat tanıyacağı ve grubun etkili bir üyesi olarak statü kazanmalarına yardımcı olacağı belirtilmektedir (Kautish, 2020:5). Bu nedenle, kişilerarası ilişkilerde öz imaj oluşturma niyetinde olan tüketiciler, marka isimlerine ve kullanacakları markalara daha fazla dikkat etme eğiliminde olup (Jiang ve Shan, 2016: 186) satın alma kararlarını ona göre vermektedirler.

Tüketicilerin marka hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarında bile sembolik özelliklerin lüks markanın satın alınmasına yol açabildiği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla lüks markaların sembolik değerleri, satın alma için ana motivasyon olarak kabul edilir (Esmailpour, 2015:468) ve bu lüks markalar genellikle yüksek fiyat, ayrıcalık, miras, deneyim ve yüksek kalite ile ilişkilendirilir (Sharda ve Batt, 2018: 227). Sahip oldukları sembolik özellikler sayesinde satın alınan markaların tüketiciye kattığı anlam ve değer, tüketicinin satın alma kararı vermesinde önemli ve yeterli bir neden olduğu görülmektedir. Tüketiciler, markanın kendilerine kattığı bu değerler ile kendilerini ifade etme şansı yakalayıp diğerleri tarafından fark edilmeyi başarmaktadırlar. Bu durumda marka bilincinin genellikle tüketicinin benlik kavramının ifade edilmesiyle ilişkilendirildiğini (Jiang ve Shan, 2016:186) söylemek yanlış olmayacaktır. Marka bilinci

yüksek olan tüketiciler, daha pahalı ve tanınmış markaları satın alma eğiliminde olup (Liao ve Wang, 2009:997; Sprotles ve Kendall, 1986) markaları statü ve prestij sembolü olarak kullanarak (Ismail, 2017: 131) kendi öz kimliklerini inşa etme konusunda güven kazanmakta ve başkalarına böyle bir kimlik sunmaktadırlar (Sharda ve Batt, 2018: 232). Ünlü marka isimleri, marka bilincine sahip tüketicilere, bir statü duygusu ve prestij kazandırmakta ve onların benlik kavramlarını oluşturmalarına ve bunu ifade etmelerine (Solomon, 1983:320; Keller, 1993:3; Liao ve Wang, 2009:997), sosyalleşme yoluyla sosyal merdiveni tırmanmalarına yardımcı olmaktadır (Lachance ve ark., 2003:49). Bu, marka bilincini benlik ile dış dünya arasında önemli bir bağlantı haline getirmektedir. Tutarlı bir benlik kavramını ifade etme ihtiyacına duyarlı olan tüketiciler, marka satın alma karar süreçlerinde marka bilinci konusundaki farkındalıkları daha yüksek iken, bu konuda daha az duyarlı olan tüketiciler bunu göz ardı etmektedirler (Yim ve Sauer, ve ark. 2014: 370). Dolayısıyla tercih ettikleri kimlikleri kullandıkları markalar ile oluşturabilme fırsatı, tüketici için markalı ürünlere sahip olmak adına önemli bir motivasyon kaynağı olmaktadır.

Kibir

Kibir, kişinin fiziksel görünüşü veya kişisel başarıları hakkında duyduğu aşırı endişe ve/ya olumlu bir görüşe sahip olması olarak tanımlanmaktadır (Durvasula ve ark., 2010:172). Kişinin kendini fiziksel olarak beğenmesi, elde ettiği başarıları ile gururlanması kendini özel hissettirmekte, bu duygu da kişinin yaşam akışına yansımalarının yanı sıra, yaptığı tercihleri de etkilemektedir. Tüketici, iç dünyasında hissettiği bu duyguyu, yaptığı marka tercihleri ile diğerlerine yansıtma eğilimi göstermektedir. Bu duyguyu yaşayan tüketiciler, lüks markalarını daha çok arzulamakta ve yeni trendler arama konusunda da motive olmaktadır (Jin ve Ryu, 2020: 356). Nitekim yapılan çalışmalar da lüks tüketim ürünlerinin çoğunun tüketicinin diğer bireyleri etkileme arzusu ile satın alındığını ortaya koymaktadır (Soh ve ark., 2017:185). Yapılan benzer çalışmalar (Sedikides ve ark. (2007)), tüketicilerin fiziksel görünüm ve başarı kaygısı taşıdıklarını, bu nedenle lüks markalı ürünleri satın alırken fiziksel açıdan daha çekici, sosyal açıdan da daha sosyal olma gibi bir beklentiye girdiklerini ortaya koymaktadır (Cheah ve ark., 2015:403). Kibir üzerine yapılan bir diğer araştırma, kendini beğenen ve yüksek kaliteli ürünlere çok para harcayan bireylerin, özgüvenlerini yerine getirmek için daha lüks malları tüketmeye devam edeceklerini göstermektedir (Soh ve ark., 2017: 185). Sedikides ve ark. (2007)'nin yaptıkları çalışmada da kibir duygusunu taşıyan bireyler ile bu bireylerin prestijli ürünlere yaptıkları harcamalar arasındaki ilişki incelenmiş, bu tüketicilerin özellikle lüks moda markaları özgüvenlerini tatmin etmek amacıyla tercih ettikleri görülmüştür. Bütün bu çalışmalar kibrin, lüks markaların tercih edilmesi ile önemli bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Netemeyer ve ark. (1995), tüketici kibrini çok boyutlu bir yapı olarak ele alarak kavramı fiziksel kibir ve başarı

kibri olmak üzere iki boyutta incelemişlerdir (Sharda ve Bhat, 2018: 800). Fiziksel olarak çekici olan insanların olumlu niteliklere ve başarılı bir kariyere sahip oldukları yönündeki toplum algısı, insanların çekicilikleri ve fiziksel güzellikleri hakkındaki olumlu görüşleri önemsemesi ile sonuçlanmaktadır. Lüks markaların güzelliğinin, mükemmelliğinin, estetiğinin ve zarafetinin sembolik bir temsili olduğu görüşünün, yüksek kibir duygusuna sahip tüketicilerin lüks marka tüketimine yönelmelerini sağladıkları belirtilmiştir (Sharda ve Bhatt, 2018:801). Başarılarla aşırı derecede meşgul olma, onlara odaklanma olarak nitelendirilen başarı kibri ise, aşırı bir endişe ve kişinin kendi mesleki başarılarına karşı olumlu bir bakış açısını ifade etmektedir (Netemeyer, ve ark., 1995). Başarı duygusuna yönelimi olan kişiler, kişisel başarılarını belli ürünlere sahip olma yoluyla göstermeye çalışmaktadırlar (Durvasula ve Lysonski, 2010). Belk (1985) ve Solomon (1985, 1992), bu tüketicilerin başarılarını veya statülerini ürün veya hizmetleri göze çarpacak şekilde tüketerek gösterdiklerini öne sürmektedir. Kibrin düşünülenden daha fazla etkiye sahip olması ve tüketici kültürü üzerindeki etkisinin çok çalışılmaması dikkatleri bu konu üzerine çekmiştir.

Satınalma Niyeti

Satın alma niyeti, belirli bir satın alma karar düzeyindeki tüketicinin belirli bir ürün grubunu seçebilme olasılığını (Bashir, 2019:2002), bir tüketicinin bir ürünü satın alma veya bir markayı tercih etme niyetini ifade eder (Lin ve Chen, 2009: 30). Belirli bir marka veya ürün ile ilgili olumlu bir yaklaşıma sahip olan tüketici, bir satın alma karar sürecine girdiğinde o marka veya ürünü satın alma yönünde bir niyet göstermektedir. Aslında bir tüketicinin gelecekte belirli bir markayı satın almayı planlaması veya almaya istekli olma olasılığı olarak tanımlanan satın alma niyeti, Miniard ve ark., (1983)'ne göre tutum ile fiili davranış arasında olan bir psikolojik değişkendir. Yani satın alma ile ilgili potansiyel bir düşüncenin harekete geçmeden hemen önceki aşamasını ifade etmektedir (Kudeshia, 2017:317). Mevcut ürünlerin tekrar satın alınmasını tahmin etmek için bir değişken olarak da kullanılabilen (Watanabe ve ark., 2019:256) satın alma niyeti, tüketicinin satın alma istekliliğinin gücünü belirler (Lee ve ark., 2017:3). Tüketicinin satın almaya dair niyeti ne kadar güçlü ise, satın alma isteği o kadar kuvvetli olacaktır, ya da tersine, satın alma niyetinin hiç olmaması veya düşük olması, satın almanın gerçek bir davranışa dönüşmesini o kadar zorlaştıracaktır. Tüketicinin belirli bir ürünü satın alma ilgisi olarak da kabul edilebilen satın alma niyeti, belirli bir ürünü, o ürün veya markaya yönelik tutum ve algı arasındaki etkileşime dayalı olarak satın alma olasılığını temsil etmektedir (Beneke ve ark., 2016:176). Tüketicinin eylemi genellikle niyetleri aracılığıyla tahmin edilebildiği için (Chakraborty, 2019: 145), tüketicinin satın alma niyetini tanımak çok önemlidir. Satın alma davranışı ile ilgili önemli ipuçları veren satın alma niyetinin bilinmesi veya tahmin edilmesi, tüketici davranışlarının yönetilebilmesi yönünde önemli katkılar sağlayacaktır.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, sosyal etki, kibir duygusu, gösterişçi tüketim ve marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etkisinin olup olmadığını analiz etmek amacıyla yapılmıştır. Dolayısıyla çalışma şu problemlere odaklanmaktadır:

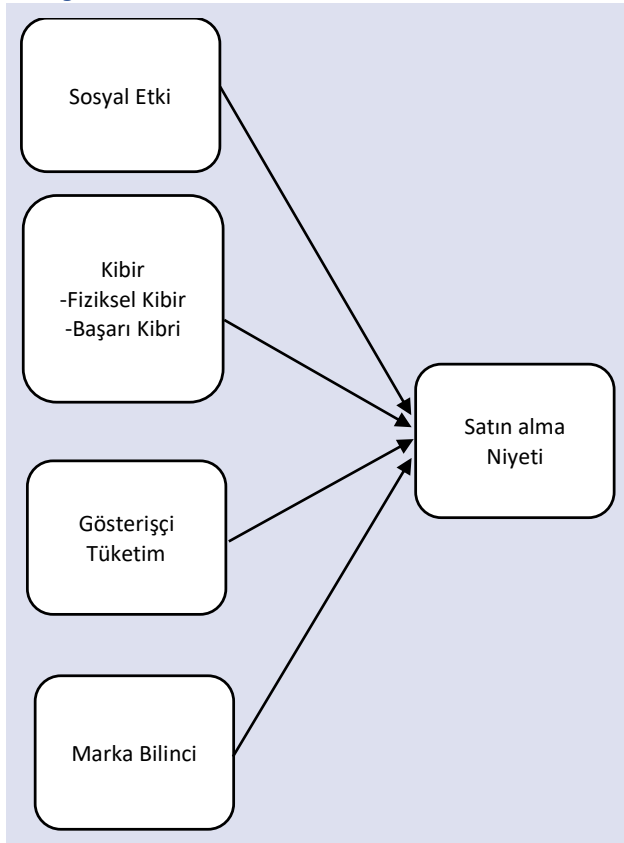
- Sosyal etkinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etkisi var mıdır?
- Kibir duygusunun lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etkisi var mıdır?
- Gösterişçi tüketimin lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etkisi var mıdır?
- Marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde bir etkisi var mıdır?

Araştırmanın Modeli

Anket formu oluşturulurken, soruların kısa ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Form hazırlandıktan sonra ön test yapılmış, soruların anlaşılmasında herhangi bir sıkıntı yaşanmadığı için anket formu, herhangi bir değişiklik yapılmadan uygulanmıştır. Araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik derecelendirmede kullanılan ifadeler "1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li Likert olarak uygulanmıştır. Gösterişçi tüketim ölçeği, Abraham ve Reitman (2017)'den, diğer ölçekler ise Hung, ve ark. (2011)'den alınmıştır. Araştırma modeli aşağıdaki gibidir:

Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Figure1. Research Model



Araştırmanın Hipotezleri

Venkatesh ve ark. (2012:158) sosyal etkinin, bir bireyin kendisi için önemli olan diğer insanların görüşü ve algıları hakkında ne kadar endişeli oldukları ile ilişkili olduğunu dile getirmişlerdir. Kendileri için bir anlam ifade eden veya değerli olan kişilerin algısını etkileme veya onların arasına katılma arzusu kişinin tüketim kalıplarına da yansiyacaktır. Başkalarının duygu ve davranışlarını etkileme gücüne sahip olan sosyal etkinin (Chua, ve ark., 2018: 124), tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde de etkisi olacağından yola çıkarak, araştırmanın birinci hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Sosyal etki, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler.

Kişinin kendini beğenmesi, yaptıklarıyla gururlanması kendini diğerlerine göre özel hissetmesine neden olmaktadır. Bu özel hissi hayatının her aşamasında yaşamak ve devam ettirmek isteyen kişi, yaşamını buna göre şekillendirmektedir. Dolayısıyla bu düşünceye sahip olanlar tercihlerinde daha dikkatli olmakta, seçimlerinin hissettiği bu duyguyu yansıtmalarını istemektedirler. Lüks tüketim ürünlerini tercih eden bireylerin, başkaları tarafından fark edilmek istemeleri ve toplumda kendilerine dair bir farkındalık yaratmaya çalışmalarından hareketle çalışmanın ikinci hipotezi,

H2: Kibir, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler şeklinde oluşturulmuştur.

Durvasula ve ark. (2001)'nin yaptıkları çalışmada satın alma davranışının tamamen veya kısmen görünümle ilgili parametreler tarafından yönlendirilebildiği, kişinin arzulanan görünüme yönelik kaygısının özellikle bazı ürünler ile ilgili satın alma kararlarında itici güç oluşturduğu belirtilmektedir. Başkaları tarafından beğenilmek isteyen kişi, satın alma kararlarını bunu dikkate alarak yapacaktır. Fiziksel açıdan dikkat çekme veya beğenilme isteğinin, bu anlamda bir gösterişçi simgeleyen ürün veya markayı satın alma isteğini tetikleyeceği düşünüldüğünden;

H2a: Fiziksel kibir, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler. Şeklinde oluşturulmuştur.

Elde edilen başarıları önemseyen ve diğer bireyleri bu şekilde etkilemeye çalışan kişiler bu başarılarını satın aldıkları ile gösterme eğilimindedirler. Satın alma kararı verirken başarılarını ön plana çıkaran mal ve hizmetleri tercih etmektedirler. Kişisel başarıya önem verenler giyim, araba gibi başkaları tarafından kolayca görülebilen veya tatil gibi sosyal ortamlarda konuşulabilen başarılı, ünlü mal ve hizmetleri tercih etmektedirler (Netemeyer, 1995). Lüks markaların bir başarı göstergesi olarak değerlendirilmesi nedeniyle, kişilerin lüks tüketime daha istekli olacakları düşünüldüğünden çalışmanın dördüncü hipotezi;

H2b: Başarı kibri, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler. Şeklinde oluşturulmuştur.

Satın aldıkları pahalı şeyleri özellikle başkaları tarafından fark edilecek şekilde alan ve bunu göstermekten hoşlanan tüketici, zenginliğini lüks

harcamalar yoluyla göstermek istemektedir (Shukla, 2008:26). Kişi, satın aldığı lüks markaların kendi yaşam şekli hakkında bilgi vereceğini ve bu yolla başkalarını etkileyebileceğini düşünmektedir. İnsanların, başkalarının başarısı hakkında kısmen sahip olduklarına dayalı olarak çıkarımlar yapmaları sonucu (Yang ve Mattila, 2017), özellikle referans alınan grup ya da kişiler tarafından kabul görebilmek için gösterişçi tüketime dair isteğin artacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle araştırmanın üçüncü hipotezi;

H3: Gösterişçi tüketim, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler. Şeklinde oluşturulmuştur.

Sharda ve Bhat (2018: 227), marka bilincinin pahalı ve ünlü markaları satın alma eğilimi olduğuna dikkat çekerek bu özellikteki markaların satın alınmasının, tüketicilerin benlik kavramlarının oluşmasına ve tüketicilerin kendilerini ifade etmelerine yardımcı olduğunu vurgulamışlardır. Tüketicilerin lüks markalı ürünler aracılığıyla bir dizi sembol ve anlam kazanacağı ve benlik duygusunu güçlendireceği düşünülmektedir. Buradan hareketle, tüketicilerin sahip oldukları marka bilincinin lüks marka satın alma niyetini etkileyebileceği düşünüldüğünden, araştırmanın dördüncü hipotezi;

H4: Marka bilinci, lüks marka satın alma niyetini olumlu yönde etkiler.

Başkalarını etkilemek amacıyla verilen satın alma kararlarının çoğu, kişinin kendi yaşamına dair iletmek istediği mesajları verebilmesini, egosunu bu yolla tatmin edebilmesini ve diğerleri tarafından kabul edilebilirliğinin artmasını amaçlamaktadır. Sosyal etki, kibir (gösteriş), gösterişçi tüketim ve marka bilincinin tüketicilerin satın alma niyetini etkileyeceği düşünülmektedir. Buradan hareketle araştırmanın beşinci hipotezi;

H5: Sosyal etki, kibir, gösterişçi tüketim ve marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır. Şeklinde oluşturulmuştur.

Kibir duygusu, fiziksel kibir ve başarı kibri olarak iki farklı boyutta incelenmiştir. Kişinin kendine olan fiziki hayranlığı ile birlikte başarılarıyla duyduğu gurur satın alacağı marka seçimlerini etkileyecektir. Fiziksel kibir ile başarı kibrinin diğer değişkenlerle birlikte satın alma niyeti üzerine etki edeceği düşünüldüğünden, araştırmanın altıncı hipotezi;

H6: Sosyal etki, fiziksel kibir, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde olumlu yönde bir etkisi vardır. Şeklinde oluşturulmuştur.

Örnekleme ve Veri Toplama

Araştırmanın ana kütesini İskenderun'da yaşayan lüks marka tüketicileri oluşturmaktadır. Öncelikle lüks markaların belirlenmesi amacıyla bir anket formu hazırlanmıştır. İskenderun ilçesindeki Prime Mall AVM ve Park Forbes AVM'lerinde faaliyet gösteren markalar belirlenmiştir. Söz konusu markalar;

US Polo, Yves Rocher, B&G Store, Beymen Club, GS Store, Hatemoğlu, Hummel, İpekyol, Mudo, Network, Polo Garage, So Chic, Tommy Hilfiger, Twist, Vakko, Vakkorama, Big Chef's, Mavi Jeans, Adidas, AdL, Altınbaş,

Altınıyıldız-Beymen, Atasay, AVVA, Bosch, Boyner, Cashmere, D'S Damat, Dagi, Derimod, Ekol, Fenerium, İmza, Journey, Kemal Tanca, Karaca, Kiğılı, Loft, Lufian, Pierre Cardin, Roberts Coffee, Saat&Saat, Samsung, Starbucks, Suwen, Suvari, Toyzz Shop'dur.

İkinci olarak, ilçedeki 100 tüketiciye ulaşarak anket yoluyla bu markaları lüks olarak görüp görmediklerini işaretlemeleri istenmiştir. Ardından frekans çizelgeleri çıkarılmış ve frekansı %70 ve üzerinde olan lüks marka olarak işaretlenen toplam 20 marka, lüks marka olarak kabul edilerek çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu markalar şunlardır:

Adidas, Adil Işık, Altınbaş, Altınıyıldız-Beymen, Atasay, Beymen Club, Big Chef's, D's Damat, Derimod, İpekyol, Kemal Tanca, Kiğılı, Network, Pierre Cardin, Saat&Saat, Starbucks, Tommy Hilfiger, Vakko, Vakkorama, Yves Rocher.

Daha sonra, hazırlanan asıl anket formu, kavramsal modelde yer alan değişkenlerin soru maddeleri alınarak hazırlanmıştır. Verilerin elde edilmesinde zaman ve bütçe kısıtları dikkate alınarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yönteminin kullanılması uygun görülmüştür. Çalışmada kullanılan anket formu sosyal medyada yapılan açıklama ile duyurulmuştur. Anket formu 307 kişi tarafından cevaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcıların Demografik Özelliklerine Ait Bilgiler

Araştırmaya katılan lüks marka kullanıcılarının demografik özelliklerine ait bilgiler, Çizelge 1'de gösterilmektedir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların çoğunluğunun (%65,5) kadın tüketiciler olduğu ve yine çoğunluğunun (%60,3) bekâr olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcılar yaş aralıklarına göre incelendiğinde yarıya yakın (%47,2) katılımcının genç olarak nitelendirilebilecek 18-28 yaş aralığında olduğu, %87,7 gibi büyük bir kısmının en az lisans düzeyinde eğitim aldıkları ve %36,5 oranında tüketicinin en fazla 2.500 TL geliri olduğu ortaya çıkmıştır.

Faktör Analizi

Bartlett's Küresellik Testi, değişkenlerden oluşan veri matrisinin faktör analizine uygun şekilde birbirleriyle korelasyonu olup olmadığını; KMO ise, örneğin büyüklüğünün faktör analizi için elverişli olup olmadığını ortaya koymak üzere kullanılan iki parametredir. KMO'nun 0,50'nin üstünde olması ve Bartlett's Küresellik Testi'nin anlamlılık düzeyinin %5 ve altında olması beklenir (Malhotra, 2007: 614-615).

Sosyal etki değişkenine ilişkin yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları Çizelge 2'de verilmiştir. KMO değer 0,879 ve Bartlett's Küresellik değeri %1 önem derecesinde anlamlı çıktığı için veri setinin çok değişkenli normal dağılıma uygun ve faktör analizine elverişli olduğu saptanmıştır. Değişkenlerin, tek faktörlü yapının %56,979'unu açıkladığı görülmektedir.

Çizelge 1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Table 1. Demographic Characteristics of the Participants

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	201	65,5	18-28	145	47,2
Erkek	106	34,5	29-38	77	25,1
Toplam	307	100	39-48	67	21,8
Medeni Durum			49-58	16	5,2
Bekâr	185	60,3	59 ve üstü	2	0,7
Evli	122	39,7	Toplam	307	100
Toplam	307	100	Aylık Ortalama Gelir		
Eğitim Düzeyi			2.500 TL'ye kadar	112	36,5
İlköğretim	4	1,3	2.501-4.000 TL	38	12,4
Lise	13	4,2	4.001-5.500 TL	47	15,3
Ön Lisans	21	6,8	5.501-7.000 TL	50	16,3
Lisans	186	60,6	7.000 TL ve üstü	60	19,5
Yüksek Lisans	46	15,0	Toplam	307	100
Doktora	37	12,1			
Toplam	307	100			

Çizelge 2. Sosyal Etki Değişkeni İfadeleri ve Faktör Yükleri

Table 2. Social Impact Variable Expressions and Factor Loads

Sosyal Etki	Faktör Yüğü
Lüks markalı bir ürün satın almadan önce, hangi markaların başkaları üzerinde iyi bir izlenim bırakacağını bilmek önemlidir.	0,78
Arkadaşlarım ve ben aynı lüks markaları satın alma eğilimindeyiz.	0,75
Lüks markalı bir ürün satın almadan önce, belirli markaları ne tür insanların satın aldığını bilmek önemlidir.	0,87
Lüks markalı bir ürün satın almadan önce, başkalarının belirli markaları kullanan kişiler hakkında ne düşündüğünü bilmek önemlidir.	0,82
Başkalarının ne satın aldığına dikkat etme eğilimindeyimdir.	0,75
Hangi lüks markalı ürünlerin başkaları üzerinde iyi izlenimler bıraktığını bilmek isterim.	0,84
	0,27

Çizelge 3. Kibir Değişkeni İfadeleri ve Faktör Yükleri

Table 3. Vanity Variable Expressions and Factor Loads

Kibir	FY
Fiziksel Kibir	
Dış görünüşüme çok önem veririm.	0,83
Görünüşüm benim için çok önemlidir.	0,87
Başarı Kibri	
Mesleki başarılar bende bir saplantı haline gelmiştir.	0,84
Yaşıtlarımdan daha büyük başarılar elde etmek benim için önemlidir.	0,82

FY: Faktör Yüğü

Çizelge 4. Gösterişçi Tüketim Değişkeni İfadeleri ve Faktör Yükleri

Table 4. Expressions of Conspicuous Consumption Variables and Factor Loads

Gösterişçi Tüketim	FY
Arkadaşlarım ve meslektaşlarımın sahip olduğu lüks marka ürünlerine sahip olmak isterim.	0,81
Lüks markanın sosyal statü sembolü olan ürünlerine sahip olmak isterim.	0,85
Başarı ve prestiji simgeleyen lüks markanın ürünlerine sahip olmak isterim.	0,79
Başkalarının bakış açısıyla kendi değerimi artıran lüks marka ürünlerini kullanırım.	0,88
Arkadaşlarım ve meslektaşlarım arasında popülerliğe izin veren lüks markanın ürünlerini kullanırım.	0,87

Araştırma modelinde kullanılan değişkenler arasından kibir değişkeninin literatürde iki boyutlu olarak ele alınmış olması, bu çalışmada da benzer bir analiz yapılmasını gerekli kılmıştır. Kibir değişkenine ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına ait faktör yükleri Çizelge 3'de verilmiştir. KMO değeri 0,524 ve Bartlett's Sphericity değeri %1 önem derecesinde

anlamli çıktığı için veri setinin çok değişkenli normal dağılıma uygun ve faktör analizine elverişli olduğu saptanmıştır. Değişkenler, iki faktörlü yapının %86,267'sini açıklamaktadır.

Gösterişçi tüketim değişkenine ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçları Çizelge 4'de verilmiştir. KMO değeri 0,818 olması ve Bartlett's Küresellik değeri

%1 önem derecesinde anlamlı çıktığı için veri setinin çok değişkenli normal dağılıma uygun ve faktör analizine elverişli olduğu saptanmıştır. Değişkenlerin, tek faktörlü yapının %71,699'unu açıkladığı görülmektedir.

Marka bilinci değişkenine ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçları Çizelge 5'de verilmiştir. KMO değerinin 0,819 olması ve Bartlett's Küresellik değerinin %1 önem derecesinde anlamlı çıkması dolayısıyla veri setinin çok değişkenli normal dağılıma uygun ve faktör analizine elverişli olduğu saptanmıştır. Değişkenlerin tek faktörlü yapıyı açıklama gücünün %57,950 olduğu bulunmuştur.

Satın alma niyetine ait KMO değerinin 0,754 olması ve Bartlett's Küresellik değerinin %1 önem derecesinde anlamlı çıkması dolayısıyla veri setinin çok değişkenli normal dağılıma uygun ve faktör analizine elverişli olduğu saptanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde, faktörün tek boyutlu olduğu ve değişkenlerin toplam varyansın %84,444'ünü açıkladığı görülmektedir.

Çizelge 5. Marka Bilinci Değişkeni İfadeleri ve Faktör Yükleri
Table 5. Brand Awareness Variable Expressions and Factor Loads

Marka Bilinci	FY
Satın aldığım ürünlerin marka isimlerine dikkat ederim.	0,82
Marka isimleri bana ürünün kalitesi hakkında ipuçları verir.	0,78
Marka isimleri bana bir ürünün ne kadar "havalı" olduğu hakkında ipuçları verir.	0,68
Bazen ürünlere markalarından dolayı daha fazla para ödemeye razı olurum.	0,73
Pahalı olan markalı ürünler kalitelidir. Satın aldığım ürünlerin çoğunun marka ismine dikkat ederim.	0,71
	0,81

FY: Faktör Yüğü

Çizelge 6. Satın Alma Niyeti Değişkeni İfadeleri ve Faktör Yükleri

Table 6. Expressions of Purchase Intention Variables and Factor Loads

Satın Alma Niyeti	FY
Lüks markalı bir ürünü satın alma olasılığım güçlüdür.	0,91
Lüks markalı bir ürünü satın alma olasılığım vardır.	0,91
Lüks markalı bir ürünü satın alma niyetim yüksektir.	0,92

FY: Faktör Yüğü

Çizelge 7. Güvenilirlik Analizi

Table 7. Reliability Analysis

Değişken	Ölçeğin Cronbach's Alpha
Marka Bilinci (6 ifade)	0,849
Sosyal Etki (7 ifade)	0,853
Gösterişçi Tüketim (5 ifade)	0,900
Fiziksel Kibir (2 ifade)	0,881
Başarı Kibri (2 ifade)	0,795
Satın alma Niyeti (3 ifade)	0,908
Tüm Ölçek (25 ifade)	0,863

K: Katsayı

Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi sonucu elde edilen güvenilirlik katsayısı, çok sorulu bir ölçekteki sorular arasındaki uyumun derecesini gösterir ve 0 ile 1 arasında değerler alabilir. Cronbach Alpha katsayısı (α) 1'e yaklaştıkça, ölçekteki soruların içsel uyumunun o denli yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach Alpha (α) katsayısı şu şekilde yorumlanır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013: 278):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir.
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliği yüksektir.

Güvenilirlik analizleri sonucunda ortaya çıkan Cronbach's Alpha katsayıları incelendiğinde, marka bilinci, sosyal etki, gösterişçi tüketim, kibir ve satın alma niyeti değişkenlerine ait ölçeklerin güvenilirliklerinin yüksek olduğu saptanmıştır.

Model Değişkenleri Arasındaki İlişkinin Analizi

İki metrik değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesinde kullanılan Korelasyon Analizindeki korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Katsayının negatif olması, iki değişken arasında ters yönde, pozitif olması, aynı yönde bir ilişki olduğunu göstermekle birlikte, katsayının 1'e yaklaşması, iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün artması anlamına gelir. Genel olarak 0,1 ile 0,3 arasındaki korelasyona zayıf; 0,3 ile 0,5 arasındaki korelasyona orta kuvvette; 0,5 ile 0,8 arasındaki korelasyona güçlü, 0,8'den daha büyük bir korelasyona çok güçlü bir korelasyon denir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013: 340). Çizelge 8, model değişkenlerinin birbirleri ile korelasyonlarını göstermektedir. Model değişkenleri arasındaki korelasyon katsayısı incelendiğinde, bütün değişkenler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Korelasyon çizelgesine göre, satın alma niyetinin en yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu değişken marka bilinci ($r=0,654$), en düşük korelasyon katsayısına sahip olduğu değişken ise fiziksel kibir ($r=0,340$).

Model Değişkenlerine İlişkin Regresyon Analizleri

Çalışmanın değişkenlerinin birbiri üzerindeki etkisini görebilmek amacıyla regresyon analizleri yapılmıştır.

Sosyal Etkinin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 9'da görüldüğü üzere uygulanan basit regresyon analizinde sosyal etki ile lüks marka satın alma niyeti arasında korelasyon katsayısı 0,549 çıkmış olup bu iki değişken arasında orta düzeyde güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Beta da regresyon katsayılarının, ortalaması 0, standart sapması 1 olan değerlere dönüştürülmüş karşılıklardır. Yani, Beta katsayısı, bağımsız değişkenin standart sapmasında 1 birimlik değişiminin, bağımlı değişkenin standart sapmasında yarattığı değişimin ölçüsünü verir (Yükselen,2017:197). Belirlilik katsayısına göre sosyal etki lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %30,1'ini açıklamaktadır. Regresyon modeli $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge 8. Değişkenler arası Korelasyon Matrisi

Table 8. Correlation Matrix between variables

N=307	Sosyal Etki	Fiziksel Kibir	Başarı Kibri	Gösterişçi Tüketim	Marka Bilinci	Satın alma Niyeti
Sosyal Etki	1					
Fiziksel Kibir	0,340**	1				
Başarı Kibri	0,457**	0,181**	1			
Gösterişçi Tüketim	0,734**	0,252**	0,494**	1		
Marka Bilinci	0,592**	0,395**	0,225**	0,499**	1	
Satın alma Niyeti	0,549**	0,340**	0,353**	0,529**	0,654**	1

Çizelge 9. Sosyal Etkinin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 9. Regression Analysis of the Effect of Social Impact on Luxury Brand Purchasing Intention

ANOVA						R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	114,433	1	114,433	131,460	0,000	0,549
Artık	265,496	305				
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	1,286	0,157		8,166	0,000	0,301
Sosyal Etki	0,650	0,057	0,549	11,466	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Çizelge 10. Kibrin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 10. Regression Analysis of the Effect of Vanity on Luxury Brand Purchasing Intention

ANOVA						R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	76,137	1	76,137	76,440	0,000	0,448
Artık	303,792	305	0,996			
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	0,921	0,243		3,792	0,000	0,200
Kibir	0,484	0,055	0,448	8,743	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Çizelge 11. Fiziksel Kibrin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 11. Regression Analysis of the Effect of Physical Vanity on Luxury Brand Purchasing Intention

ANOVA						R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	43,988	1	43,988	39,936	0,000	0,340
Artık	335,941	305	1,101			
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	1,551	0,235		6,611	0,000	0,116
Fiziksel Kibir	0,5253	0,040	0,340	6,320	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Kibrin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 10'da görüldüğü üzere uygulanan basit regresyon analizinde kibir ile lüks marka satın alma niyeti arasında korelasyon katsayısı 0,448 çıkmış olup bu iki değişken arasında orta düzeyde güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Belirlilik katsayısına göre kibir lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %20'sini açıklamaktadır. Regresyon modeli $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Fiziksel Kibrin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 11'de görüldüğü üzere, uygulanan basit regresyon analizinde fiziksel kibir ile lüks marka satın alma niyeti arasında korelasyon katsayısı 0,340 çıkmış olup zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir. Belirlilik katsayısına göre fiziksel kibir lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %11,6'sını açıklayabilmektedir. İki değişkene ait regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H2a hipotezi kabul edilmiştir.

Başarı Kibrinin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 12, başarı kibri ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki regresyon sonuçlarını göstermektedir. Buna göre, başarı kibri ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki korelasyon katsayısı 0,353 çıkmış olup zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir. Belirlilik katsayısına göre başarı kibri, lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %12,5'ini açıklayabilmektedir. İki değişkene ait regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H2b hipotezi kabul edilmiştir.

Gösterişçi Tüketimin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 13'de görüldüğü üzere uygulanan basit regresyon analizinde gösterişçi tüketim ile lüks marka satın alma niyeti arasında korelasyon katsayısı 0,529 çıkmış olup bu iki değişken arasında orta düzeyde güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Belirlilik katsayısına göre gösterişçi tüketim, lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %28'ini açıklamaktadır. İki değişken arasındaki ilişki güçlü olmakla birlikte regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Marka Bilincinin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 14, marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki regresyon sonuçlarını göstermektedir. Buna göre, marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki korelasyon katsayısı 0,664 çıkmış olup iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Belirlilik katsayısına göre marka bilinci, lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %44,1'ini açıklayabilmektedir.

İki değişkene ait regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Sosyal Etki, Kibir, Gösterişçi Tüketim ve Marka Bilincinin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 15, sosyal etki, kibir, gösterişçi tüketim ve marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir. Lüks marka satın alma niyeti ile sosyal etki, kibir, marka bilinci ve gösterişçi tüketim arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($P < 0,01$).

Yapılan analize göre, sosyal etki, kibir, gösterişçi tüketim ve marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki korelasyon katsayısı 0,714 çıkmış olup modelin bağımsız değişkenleri ile bağımlı değişken olan lüks marka satın alma niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. VIF bir bağımsız değişkenin diğer bağımsız değişkenlerle olan ilişkisinin derecesini belirlemek için hesaplanır (Albayrak, 2005). VIF 10'a eşit veya daha büyük ise, çoklu doğrusal bağıntı problemi mevcuttur. Çizelgedeki VIF değerlerine göre herhangi bir çok-doğrusallık problemi bulunmamaktadır. Belirlilik katsayısı olan $R^2 = 0,503$ olarak bulunmuş, bu da lüks marka satın alma niyetindeki değişimin %50,3'ünün, sosyal etki, kibir, gösterişçi tüketim ve marka bilinci değişkenlerine bağlı olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Değişkenlere ait regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H5 hipotezi kabul edilmiştir. Çizelge 15'de görüleceği üzere bu modelin anlamlı çıkmasında sosyal etki dışındaki değişkenlerin önemli rolü bulunmaktadır.

Çizelge 12. Başarı Kibrinin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 12. Regression Analysis of the Effect of Success Vanity on Luxury Brand Purchasing Intention

	ANOVA					R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	47,395	1	47,395	43,470	0,000	0,353
Artık	332,534	305	1,090			
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	2,022	0,158		12,823	0,000	0,125
Başarı Kibri	0,337	0,051	0,353	6,593	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Çizelge 13. Gösterişçi Tüketimin Lüks Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 13. Regression Analysis of the Effect of Conspicuous Consumption on Luxury Brand Purchasing Intention

	ANOVA					R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	106,212	1	106,212	118,351	0,000	0,529
Artık	273,717	305				
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	1,600	0,138		11,575	0,000	0,280
Gösterişçi Tüketim	0,550	0,051	0,529	10,879	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Çizelge 14. Marka Bilincinin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi
Table 14. Regression Analysis of the Effect of Brand Awareness on Luxury Brand Purchasing Intention

ANOVA						R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	167,612	1	167,612	240,779	0,000	0,664
Artık	212,317	305				
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			R ²
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	
Sabit	0,203	0,185		1,097	0,000	0,441
Marka Bilinci	0,842	0,054	0,664	15,517	0,000	

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Çizelge 15. Sosyal Etki, Kibir, Gösterişçi Tüketim ve Marka Bilincinin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Table 15. Regression Analysis of the Effects of Social Impact, Vanity, Conspicuous Consumption and Brand Awareness on Luxury Brand Purchasing Intention

ANOVA						R
	Karelerin Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	F	P	
Regresyon	193,553	4	48,388	78,407	0,000	0,714
Artık	186,376	302	0,617			
Toplam	379,929	306				
Regresyon Katsayıları			Standardize Katsayılar			Eşkökenlik
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	Tolerans VIF R ²
Sabit	-0,311	0,217		-1,432	0,153	
Sosyal Etki	0,077	0,078	0,065	0,990	0,323	0,376 2,657
Kibir	0,143	0,052	0,132	2,755	0,006	0,709 1,410 0,503
Gösterişçi Tüketim	0,187	0,063	0,180	2,978	0,003	0,446 2,243
Marka Bilinci	0,610	0,065	0,481	9,447	0,000	0,626 1,598

Bağımlı Değişken: Lüks Marka Satın Alma Niyeti

Sosyal Etki, Fiziksel Kibir, Başarı Kibri, Gösterişçi Tüketim ve Marka Bilincinin Lüks Marka Satın alma Niyeti Üzerine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Çizelge 16'da sosyal etki, fiziksel kibir, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir. Lüks marka satın alma niyeti ile başarı kibri ve marka bilinci arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($P < 0,01$).

Yapılan çoklu regresyon analizine göre, sosyal etki, fiziksel kibir, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasındaki korelasyon katsayısı 0,714 olup sosyal etki, fiziksel kibir, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilinci ile lüks marka satın alma niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Çizelgedeki VIF değerleri, herhangi bir çok-doğrusallık probleminin bulunmadığını göstermektedir. Belirlilik katsayısının 0,504 olması, lüks marka satın alma niyetindeki %50,4'lük değişimin sosyal etki, fiziksel kibir, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilincine bağlı olduğu söylenebilir. Değişkenlere ait regresyon denklemi $P < 0,01$ önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Buna göre H6 hipotezi kabul edilmiştir. Çizelge 16'da görüleceği üzere, modelin anlamlı çıkmasında, başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilinci diğer iki değişkene göre daha büyük rol oynamıştır.

Tartışma ve Sonuç

Yaşamın devamını sağlamak amacıyla yapılan alışveriş, günümüzde kendini ifade etme, yaşam tarzını anlatma, başkalarını etkileme amacına da hizmet etmektedir. İnsanlar, iletişim yollarından biri olarak alışverişini tercih etmekte ve kendilerini, yaptıklarını alışverişlerle, tercih ettikleri markalarla anlatmaya çalışmaktadırlar. Diğerleri üzerinde bir etki bırakmak isteyen bireyler, bunu alışverişte tercih ettikleri markalar üzerinden yapmaya başlamışlardır. Satın alma kararı verdikleri markalar aracılığıyla hem başkalarını etkileyebilme, böylece etkilemek istedikleri gruplara dâhil olabilme, hem de kendilerini ifade edebilme amacı taşımaktadırlar.

Bu çalışmada, sosyal etki, kibir ve iki alt boyutu olan fiziksel kibir ile başarı kibri, gösterişçi tüketim ve marka bilincinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde olan etkisi analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda sosyal etkinin lüks marka satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu görülmüştür. Sonuçlar, kişilerin satın alma kararı verirken başkalarından etkilendiğini, sosyal etkinin başkalarının davranışı üzerinde önemli bir faktör olarak ele alınabileceğini göstermektedir. Çalışmanın bu bulguları Chen (2008), Lu (2014) ve Ho ve ark. (2016) 'nın çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Kibir duygusunun fiziksel kibir ve başarı kibri olmak üzere iki boyutu ile birlikte satın alma niyeti üzerine etkisi analiz edilmiş ve aralarında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna

varılmıştır. Başkaları tarafından fark edilmek isteyen birey, lüks marka tüketimine yönelecektir. Bu açıdan Sharda ve Bhatt'ın 2018'de yaptıkları çalışmanın sonucunu destekleyen bu bulgu, kibrin lüks marka satın alma davranışı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu bir kez daha göstermiştir.

Zenginlik ve statüyü ifade eden gösterişçi tüketimin lüks marka satın alma niyeti üzerindeki olumlu etkisi, çalışmada varılan ve literatürü destekleyen bulgulardan biridir. Özellikle sahip olunan maddi gücü gösterme amacıyla yapılan gösterişçi tüketim, karşımıza bireyleri lüks markaları satın almaya iten önemli motivasyonlardan biri olarak çıkmaktadır. Shukla (2008), Lewis ve Moital (2016) ile Wu vd. (2019)'nin yaptıkları çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiş, insanların diğerlerinin yaşam kaliteleri hakkında sahip olduklarına dayalı olarak çıkarımlar yapmaları sebebiyle lüks marka satın alma davranışı gösterdikleri, ürün ya da markaları sadece faydacı özelliklerinden dolayı satın almadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın önemli sonuçlarından biri olan marka bilincinin lüks marka satın alma davranışı üzerindeki olumlu etkisi, Esmailpour (2015), Jiang ve Shan (2016) ve Kautish vd. (2020)'nin de benzer sonuçlarla katkıda bulunduğu literatürü destekleyen sonuçlardan biridir. Özellikle lüks markaların kullanıcılarına farklı bir kimlik atfetmesi, sahip olunan veya sahip olunmak istenen kimliği başkalarına aktarabilme özelliği, markaları tüketici gözünde daha da tercih edilebilir kılmaktadır.

Yaşam koşullarıyla beraber değişen alışveriş motivasyonları tüketicilerin satın alma tercihlerini değiştirerek tüketime ayrı bir boyut kazandırmıştır. Bireylerin toplum tarafından kabul görmelerini ve onaylanmalarını sağlayan ürün ve markalar, günümüz tüketicileri için özel bir anlam taşımakta ve dışsal bir motivasyon aracı olarak görülmektedir. Bu ürün ve markalar, kişilere toplumda kendi hayatları hakkında oluşmasını istedikleri bakış açısına ulaşmalarına yardımcı olmakla birlikte, arzu edilen sosyal gruplara da dâhil olabilmeye imkânı sunmaktadır. Tüketici bu ürün ve markaları satın alırken, bu sosyal etkinin kapsama alanına girmekte, tercihlerini ona göre yapmaktadır. Özellikle mükemmellik ve güzellik ile bağdaştırılan lüks markalar, tüketicilerin kibir duygularını tetiklediği için onaylanıp satın alınacaktır. Sahip olduğu zenginliğin farkına varılmasını isteyen tüketici de bunu pahalı ve lüks şeyler satın alarak ve satın aldığını başkalarına göstererek yapacaktır. Sosyal statüsünü bu şekilde ortaya koyduğuna inanan tüketici, bu amaca hizmet eden tanınmış markaları tespit edip onları satın almaya yönelecektir.

Extended Abstract

Consumers may be under the influence of various factors in the purchasing decision process, and their purchasing tendencies may vary due to this effect. Motivations, especially when purchasing a luxury brand, can sometimes differ from other motivations. The consumer can sometimes make some decisions that bear the traces of the social environment he lives in, and sometimes they can be guided by their own emotions.

While the desire to buy may arise to satisfy a consumer's emotion, in some cases, it may have the purpose of conveying the desired image or the desired message to others.

The increasing number of conscious consumers has left brands alone with consumers who are well aware of what they want. The consumer, who knows what they want to buy and for what purpose, can have sufficient information about the brands, can make a choice by evaluating this information and make a brand preference. In particular, individuals who care about other individuals' thoughts about themselves and think that they can express themselves with what they buy, believe to achieve this through the brands they want to buy. The aim of the study is to reveal whether social influence, vanity, brand-conscious and conspicuous consumption have an effect on luxury brand purchase intention.

This study was conducted to analyze whether social influence, sense of vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious have an effect on luxury brand purchase intention. Therefore, this study focuses on the following problems:

- Does social influence have an effect on luxury brand purchase intention?
- Does sense of vanity have an effect on luxury brand purchase intention?
- Does conspicuous consumption have an effect on luxury brand purchase intention?
- Does brand-conscious have an effect on luxury brand purchase intention?

While creating the questionnaire, attention was paid to keeping the questions short and understandable. After the form was prepared, a pre-test was carried out and the questionnaire was applied without any changes since there was no problem in understanding the questions. The expressions used in the rating to measure the research variables were applied as a 5-point Likert scale as "1- Strongly Disagree, 2- Disagree, 3- Undecided, 4- Agree, 5- Strongly Agree". The research model is as follows:

Based on the fact that the social influence (Chua, et al., 2018: 124), which has the power to affect the emotions and behaviors of others, will also have an effect on the purchasing intentions of consumers, the first and second hypotheses of the research are formed as follows:

H1: Social influence positively affects luxury brand purchase intention.

H2: Vanity positively affects luxury brand purchase intention.

It is thought that the desire to attract attention or to be liked physically will trigger the desire to buy a product or brand that symbolizes a show, in this sense;

H2a: Physical vanity positively affects luxury brand purchase intention.

Since people who place high importance on personal achievement are thought to consume successful, famous goods and services that can be easily seen by others, such as clothing, cars, or talked about in social settings such as vacations (Netemeyer, 1995);

H2b: The achievement of vanity positively affects the luxury brand purchase intention.

Considering that people make inferences about the success of others based on what they partially have (Yang & Mattila, 2017), it is thought that the desire for conspicuous consumption will increase, especially in order to be accepted by the reference group or people.

From this point of view, the third hypothesis of the research is;

H3: Conspicuous consumption positively affects luxury brand purchase intention.

Accordingly, it is thought that the brand-conscious of consumers will affect the luxury brand purchase intention, the fourth hypothesis of the research is;

H4: Brand-conscious positively affects luxury brand purchase intention.

It is also thought that social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious will affect consumers' purchase intentions.

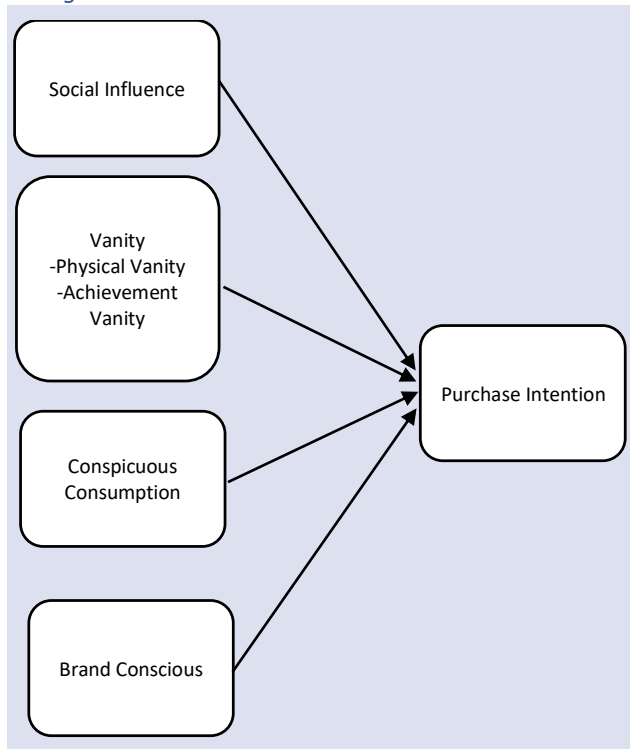
From this point of view, the fifth hypothesis of the research is;

H5: Social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious have a positive effect on luxury brand purchase intention.

Considering that social influence, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious will affect consumers' luxury brand purchase intentions, the sixth hypothesis of the research is;

H6: Social influence, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious have positive effects on luxury brand purchase intention.

Figure1. Research Model



The universe of the research is luxury brand consumers living in Iskenderun. The original questionnaire was prepared by taking the question items of the variables in the conceptual model. Considering the time and budget constraints in obtaining the data, it was deemed appropriate to use the convenience sampling method, one of the non-random sampling methods. The questionnaire used in the study was announced on social media. The questionnaire was answered by 307 people.

According to the analysis results, it is noteworthy that the majority of the participants (65,5%) are female consumers, and the majority (60,3%) are single. When the participants are examined according to age ranges, it has been revealed that nearly half of the participants (47,2%) are between the ages of 18-28, who can be described as young, 87,7% of them have at least a bachelor's degree, and 36,5% of the consumers have a maximum income of 2,500 TL. When the Cronbach's Alpha coefficients that emerged as a result of the reliability analyzes were examined, it was determined that the reliability of the scales belonging to the variables of brand-conscious, social impact, conspicuous consumption, vanity, and purchase intention were high.

When the correlation coefficient between model variables is examined, it is seen that there is a positive relationship between all variables. According to the correlation table, the variable with the highest correlation coefficient of purchase intention is brand conscious ($r=0,654$), and the variable with the lowest correlation coefficient is physical vanity ($r=0,340$). In the applied simple regression analysis, the correlation coefficient between social impact and luxury brand purchase intention was 0,549, indicating that there is a moderately strong relationship between these two variables. According to the coefficient of certainty, social impact explains 30,1% of the change in luxury brand purchase intention. The regression model was significant at $P<0.01$ significance level. Accordingly, the H1 hypothesis was accepted. In the applied simple regression analysis, the correlation coefficient between vanity and luxury brand purchase intention was 0,448, indicating that there is a moderately strong relationship between these two variables. According to the coefficient of certainty, vanity explains 20% of the change in luxury brand purchase intention. The regression model was significant at $P<0.01$ significance level. Accordingly, the H2 hypothesis was accepted. In the applied simple regression analysis, the correlation coefficient between physical vanity and luxury brand purchase intention was 0,340, indicating a weak relationship. According to the coefficient of certainty, physical vanity can explain 11,6% of the change in luxury brand purchase intention. The regression equation of the two variables was significant at $P<0.01$ significance level. Accordingly, the H2a hypothesis was accepted.

It shows the results of the regression between the achievement vanity and the luxury brand purchase intention. Accordingly, the correlation coefficient between achievement vanity and luxury brand purchase intention was 0,353, indicating a weak relationship.

According to the coefficient of certainty, the achievement vanity can explain 12,5% of the change in luxury brand purchase intention. The regression equation of the two variables was significant at $P < 0.01$ significance level. Accordingly, the H2b hypothesis was accepted. In the simple regression analysis applied, the correlation coefficient between conspicuous consumption and luxury brand purchase intention was 0,529, indicating that there is a moderately strong relationship between these two variables. According to the coefficient of certainty, conspicuous consumption explains 28% of the change in luxury brand purchase intention. Although the relationship between the two variables was strong, the regression equation was significant at $P < 0.01$ significance level. Accordingly, the H3 hypothesis was accepted. When the regression results between brand-conscious and luxury brand purchase intention are examined, the correlation coefficient between brand-conscious and luxury brand purchase intention is 0,664, and it is seen that there is a strong relationship between the two variables. According to the coefficient of certainty, brand-conscious can explain 44,1% of the change in luxury brand purchase intention. The regression equation of the two variables was significant at $P < 0.01$ significance level. Accordingly, the H4 hypothesis was accepted.

When the results of the multiple regression analysis between social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious and luxury brand purchase intentions are examined, it has been revealed that there is a significant and positive relationship between luxury brand purchase intention and social influence, vanity, brand-conscious, and conspicuous consumption ($p < 0.01$). According to the analysis, the correlation coefficient between social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious and luxury brand purchase intention was 0,714, and it is seen that there is a strong relationship between the model's independent variables and the dependent variable, luxury brand purchase intention. The coefficient of determination $R^2 = 0,503$, which is interpreted as 50,3% of the change in luxury brand purchase intention is due to the variables of social influence, vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious. The regression equation of the variables was significant at $P < 0.01$ significance level. Accordingly, the H5 hypothesis was accepted. In the multiple regression analysis between social influence, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious and luxury brand purchase intention, it was revealed that there is a significant and positive relationship between luxury brand purchase intention, achievement vanity, and brand-conscious ($P < 0.01$). According to the multiple regression analysis, the correlation coefficient between social impact, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious and luxury brand purchase intention is 0,714, and social impact, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious and luxury brand purchasing. There appears to be a strong

relationship between intention. It can be said that the coefficient of determination is 0,504 and the 50,4% change in the luxury brand purchase intention is due to social influence, physical vanity, achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious. The regression equation of the variables was significant at $P < 0.01$ significance level. Accordingly, the H6 hypothesis was accepted.

In this study, the effects of social influence, vanity, and two sub-dimensions of physical vanity and achievement vanity, conspicuous consumption, and brand-conscious on luxury brand purchase intention are analyzed. As a result of the analysis, it was seen that social influence has a positive effect on luxury brand purchase intention. It shows that social influence can be considered an important factor in the behavior of others. These findings of the study are similar to the study results of Chen (2008), Lu (2014), and Ho et al. (2016). The effect of vanity on two dimensions, namely physical vanity and achievement vanity on purchase intention was analyzed and it was concluded that there was a significant relationship between them. The individual who wants to be noticed by others will turn to luxury brand consumption. In this respect, this finding, which supports the results of Sharda and Bhatt's study in 2018, once again showed that arrogance has a positive effect on luxury brand purchasing behavior. The positive effect of conspicuous consumption, which expresses wealth and status, on luxury brand purchase intention is one of the findings in the study and supports the literature. Shukla (2008), Lewis and Moital (2016), and Wu et al. (2019) also obtained similar results, and it was concluded that people tend to buy luxury brands because they make inferences based on what they have about the quality of life of others, and they do not buy products or brands only because of their utilitarian features. The positive effect of brand-conscious on luxury brand purchasing behavior, which is one of the important results of the study, was determined by Esmailpour (2015), Jiang and Shan (2016) and Kautish et al. (2020) is one of the results supporting the literature to which he contributed with similar results.

Kaynaklar

1. Abraham, V., Reitman, A. (2018). Conspicuous consumption in the context of consumer animosity. *International Marketing Review*, 35 (3): 412-428.
2. Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
3. Albayrak, A.S. (2005). Çoklu doğrusal bağlantı halinde en küçük kareler tekniğinin alternatifi yanlı tahmin teknikleri ve bir uygulama. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(1): 105-26.
4. Bagwell, L.S., Bernheim, B.D. (1996). Veblen effects in a theory of conspicuous consumption. *The American Economic Review*, 86(2): 349-373.
5. Bashir, A.M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9): 1998-2015.

6. Belk, R.W. (1985). Materialism: trait aspects of living in the material World. *Journal of Consumer Research*, 12(3): pp. 265-280.
7. Beneke, J., De Sousa, S., Mbuyu, M. Wickham, B. (2016). The effect of negative online customer reviews on brand equity and purchase intention of consumer electronics in South Africa. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(2): 171-201.
8. Chakraborty, U. (2019). The impact of source credible online reviews on purchase intention-The mediating roles of brand equity dimensions. *Journal of Research in Interactive Marketing* 13(2): 142-161.
9. Cheah, I., Phau, I., Chong, C. and Shimul, A.S. (2015). Antecedents and outcomes of brand prominence on willingness to buy luxury brands. *Journal of Fashion Marketing and Management* 19(4): 402-415.
10. Chen, E.Y., Yeh, N. Wang, C.P. (2008). Conspicuous consumption: a preliminary report of scale development and validation". *Advances in Consumer Research*, 35(1): 686-687.
11. Chua, P.Y., Rezaei, S., Gu, M.L., Oh, Y., Jambulingam, M. (2018). Elucidating social networking apps decisions Performance expectancy, effort expectancy and social influence. *Nankai Business Review International*, 9(2): 118-142.
12. Dewi, C.K., Mohaidin, Z., Murshid, A. (2020). Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: Evidence from Indonesia. *Journal of Asia Business Studies*, Vol. 14(3): 281-306.
13. Durvasula, S., Lysonski, S., Watson, J. (2001). Does Vanity Describe Other Cultures? A Cross-Cultural Examination of the Vanity Scale. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1): 180.
14. Durvasula, S. And Lysonski, S. (2010). Money, Money, Money – How do Attitudes Toward Money Impact Vanity and Materialism? – the Case of Young Chinese Consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 27(2)
15. Esmailpour, F. (2015). The role of functional and symbolic brand associations on brand loyalty: A study on luxury brands. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 19(4): 467-484.
16. Grinsven, B.V., Das E. (2015). Processing different degrees of logo change, when higher levels of brand consciousness decrease openness to substantial logo changes. *European Journal of Marketing*, Vol. 49 (11/12): 1710-1727.
17. Grubb, E., Grathwohl, H. (1967). Consumer selfconcept, symbolism, and market behaviour: A theoretical approach. *Journal of Marketing*, 31(4): 22-27.
18. Gruzd, A., Staves, K., Wilk, A. (2012). Connected scholars: examining the role of social media in research practices of faculty using the UTAUT model. *Computers in Human Behavior*, 28(6): 2340-2350.
19. Ho, C.B., Chou, Y.D., Fang, H.V. (2016). Technology adoption of podcast in language learning: Using Taiwan and China as examples. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning Technology*, 6(1): 1-13.
20. Hoffmann, A.O., Broekhuizen, T.L. (2009). Susceptibility to and impact of interpersonal influence in an investment context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, (37)4: 488-503.
21. Hung, K-P., Chen, A.H., Peng, N., Hackley, C., Tiwaskul, R.A., Chou, C.L. (2011). Antecedents of luxury brand purchase intention. *Journal of Product and Brand Management*, 20(6): 457-467.
22. İslamoğlu, H., Alnaçık, Ü. (2013). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı", Beta yayın, İstanbul.
23. Ismail, A.R. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty the mediation effect of brand and value consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(1): 129-144.
24. Jiang, L., Shan, J. (2016). Counterfeits or Shanzhai? The role of face and brand consciousness in luxury copycat consumption. *Psychological Reports*, 119(1): 181-199.
25. Kaabachi, S., Mrad, S.B. O'Leary, B. (2019). Consumer's initial trust formation in IOB's acceptance: The role of social influence and perceived compatibility. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2): 507-530.
26. Kastanakis, M.N., Balabanis, G. (2014). Explaining variation in conspicuous luxury consumption: An individual differences' perspective. *Journal of Business Research*, 67(10): 2147-2154.
27. Kautish, P., Khare, A. Sharma, R. (2020). Influence of values, brand consciousness and behavioral intentions in predicting luxury fashion consumption. *Journal of Product and Brand Management*, [doi 10.1108/JPBM-08-2019-2535].
28. Kudeshia, C., Kumar, A. (2017). Social eWOM: Does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*, 40(3): 310-330.
29. Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, measuring, managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1): 1-22.
30. Lachance, M.J., Beaudoin, P., Robitaille, J. (2003). Adolescents' brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents. *International Journal of Consumer Studies*, 27(1): 47-57.
31. Lee, W.I., Cheng, S.Y. Shih, Y.T. (2017). Effects among product attributes, involvement, word-of mouth, and purchase intention in online shopping. *Asia Pacific Management Review*, 22(4): 1-7.
32. Lee, B., Bae, J., Koo, D.M. (2020). The effect of materialism on conspicuous vs inconspicuous luxury consumption: Focused on need for uniqueness, selfmonitoring and self-construal. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
33. Lewis, A., Moital, M. (2016). Young professionals' conspicuous consumption of clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(2): 138-156.
34. Liao, J., Wang, L. (2009). Face as a mediator of the relationship between material value and brand consciousness. *Psychology and Marketing*, 26(11): 987-1001.
35. Lin, L.Y. Chen, Y.W. (2009). A study on the influence of purchase intentions on repurchase decisions: the moderating effects of reference groups and perceived risks. *Tourism Review*, 64(3): 28-48.
36. Longman American Dictionary (2000). Pearson Education. Upper Saddle River, NJ.
37. Lu, J. (2014). Are personal innovativeness and social influence critical to continue with mobile commerce? *Internet Research*, 24(2): 134-159.
38. Malhotra, N.K. (2007). *Marketing Research*, Fifth Ed., Pearson International Edition.
39. Manrai, L.A., Lascu, D.N., Manrai, A.K., Babb, H.W. (2001). A crosscultural comparison of style in Eastern European emerging markets. *International Marketing Review*, 18(3): 270-285.
40. Mason, W.A., Conrey, F.D. and Smith, E.R. (2007). Situating social influence processes: Dynamic, multidirectional flows of influence within social networks. *Personality and Social Psychology Review*, 11(3): 279-300.

41. Miniard, P.W., Obermiller, C. and Page, T.J. Jr. (1983). A further assessment of measurement influences on the intention-behavior relationship. *Journal of Marketing Research*, 20(2): 206-212.
42. Netemeyer, R.G., Burton, S., Lichtenstein, D.R. (1995). Trait aspects of vanity: measurement and
43. relevance to consumer behaviour. *Journal of Consumer Research*, 21(4): pp. 612-626.
44. O'cass, A., McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption". *Journal of Consumer Behaviour: International Research and Review*, 4(1): 25-39.
45. Ouwersloot, H., Odekerken-Schröder, G. (2008). Who's who in brand communities—and why? *European Journal of Marketing*, 42(5/6): 571-585.
46. Scott, M.L., Mende, M., Bolton, L.E. (2013). Judging the book by its cover? How consumers decode conspicuous consumption cues in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing Research*, 50(3): 334-347.
47. Shao, W., Grace, D., Ross, M. (2019). Consumer motivation and luxury consumption: Testing moderating effects. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 46: 33-44.
48. Sharda, N., Bhat, A.K. (2018). Austerity to materialism and brand consciousness: Luxury consumption in India. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(2): 223-239.
49. Shukla, P. (2008). Conspicuous consumption among middle age consumers: Psychological and brand antecedents. *Journal of Product and Brand Management*, 17(1): 25-36.
51. Sedikides, C. (2007). The I That Buys: Narcissists as Consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 14(2): 254-257.
52. Sirgy, J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9(3): 287-300.
53. Soh, C.Q.Y., Rezaei, S., Gu, M.L. (2017). A structural model of the antecedents and consequences of Generation Y luxury fashion goods purchase decisions. *Young Consumers*, 18 (2): pp. 180-204.
54. Solomon, M.R. (1983). The role of products as social stimuli: A symbolic interactionism perspective, *Journal of Consumer Research*, 10(3): 319-329.
55. Sprotles, G.B., Kendall, E.L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making Styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20(2): 267-279. doi: 10.1111/j.1745-6606.1986.tb00382.x.
56. Suki, N.M. (2013). Students' dependence on smart phones: The influence of social needs, social influences and convenience. *Campus-Wide Information Systems*, Vol. 30(2): 124-134.
57. Sung, E., Calantone, R., Huddleston, P. (2019). Motivators of prestige brand purchase: Testing cultural (in) stability of measures over time across the United States, Poland, and South Korea. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(1): 15-32.
58. Tepper-Tian, K., Bearden, W., Hunter, G. (2001). Consumers' need for uniqueness: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 28 (1): 50-66.
59. Veblen, T. (1994). *The theory of the leisure class*, Routledge, London (originally published in 1899).
60. Veblen, Thorstein (1899). *The theory of the leisure class: an economic study in the evolution of institutions*. New York: MacMillan.
61. Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1): 157-178.
62. Wang, S., Lin, J.C.C. (2011). The effect of social influence on bloggers' usage intention. *Online Information Review*. 35(1): 50-65.
63. Wang, M., Cho, S., Denton, T. (2017). The impact of personalization and compatibility with past experience on e-banking usage. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1): 45-55.
64. Watanabe, E.A.M., Torres, C.V., Alfinito, S. (2019). The impact of culture, evaluation of store image and satisfaction on purchase intention at supermarkets. *Revista de Gestão*, 26(3): 256-273.
65. Wu, L., So, K.K.F., Xiong, L., King, C. (2019). The impact of employee conspicuous consumption cue and physical attractiveness on consumers' behavioral responses to service failures. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 31(1): 21-40.
66. Yang, W., Mattila, A.S. (2016). Why do we buy luxury experiences? Measuring value perceptions of luxury. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9): 1848-1867.
67. Yang, W., Mattila, A.S. (2017). The impact of status seeking on consumers' word of mouth and product preference – A comparison between luxury hospitality services and luxury goods. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 41(1): 3-22.
68. Yim, M.Y.C., Sauer, P.L., Williams, J., Lee, S.J., Macrury, I. (2014). Drivers of attitudes toward luxury brands-A cross-national investigation into the roles of interpersonal influence and brand consciousness. *International Marketing Review*, 31(4): 363-389.
69. Yükselen, C. (2017). *Pazarlama Araştırmaları, Yedinci Baskı*, Detay Yayıncılık.
70. Zhang, B., Kim, J.-H. (2013). Luxury fashion consumption in China: Factors affecting attitude and purchase intent. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(1): 68-79.



The Relationship Between Brand Values and Market Values of Companies: An Application on BİST

Seren Aydıngülü Sakalsız^{1,a}, Çetin Çıldır^{1,b,*}

¹Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kahramanmaraş Sütçü İmam University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 19/10/2021

Accepted: 19/01/2022

ABSTRACT

In today's global world, information, products and services have become much more easily accessible with increasing transaction volumes in financial markets, developing technology and economy, without time and space limits. Along with all these developments, the fact that the brand value and market value are high for companies is increasingly important in terms of competitive advantage. Companies that become brands and create brand value rather than producing the product provide a competitive advantage. The concept of brand provides the opportunity to be distinguished from its competitors in the most basic sense, and also meets the intangible needs of the consumer today. It is important for companies to create customer loyalty and a sense of trust in the brand in terms of competitive advantage. These tough competition conditions and changing consumer behaviors force companies to brand in order to be well-positioned in the market. Thus, branding provides the opportunity for companies to be distinguished from their competitors in the most basic sense. Building a strong brand is also extremely important for companies' high market value and large market share. The high valuation of market value for companies is welcomed by investors, managers and shareholders. In this context, the causality relationship between the brand values and market values of companies with high brand value was investigated in this study. According to the results of Granger causality analysis between the brand values and market values of 37 companies traded in Borsa İstanbul for the 2016-2020 periods, it has been revealed that there is a bidirectional causality relationship between the brand values of the companies and their market values. Therefore, the fact that the brand value is high for the companies increases the market value of the companies as it positively affects the perception in the investor's mind.

Keywords: Brand Value, Market Value, Granger Causality

Firmaların Marka Değerleri ile Piyasa Değerleri Arasındaki İlişki: BİST'de Bir Uygulama

Süreç

Geliş: 19/10/2021

Kabul: 19/01/2022

Öz

Günümüz küresel dünyasında bilgi, ürün ve hizmet, finansal piyasalarda artan işlem hacimleri, gelişen teknoloji ve ekonomi ile birlikte zaman ve mekân sınırı olmaksızın çok daha kolay ulaşılabilir hale gelmiştir. Tüm bu gelişmeler ile birlikte firmalar için marka değerinin ve piyasa değerinin yüksek olması rekabet üstünlüğü açısından gün geçtikçe önem arz etmektedir. Ürünü üretenen ziyade markalaşan ve marka değeri oluşturabilen firmalar rekabet avantajı sağlamaktadır. Marka kavramı, en temel anlamda rakiplerinden ayırt edilebilme olanağı sağlamak ve aynı zamanda günümüzde tüketicinin maddi olmayan ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Firmaların müşteri sadakati ve markaya güven duygusu oluşturmaları rekabet üstünlüğü açısından önemlidir. Bu zorlu rekabet koşulları ve değişen tüketici davranışları, şirketleri pazarda iyi konumlanabilmek için markalaşmaya zorlamakta ve böylece firmalar açısından markalaşma en temel anlamda rakiplerden ayırt edilebilme imkânı sağlamaktadır. Güçlü bir marka oluşturmak aynı zamanda firmaların yüksek pazar değeri ve büyük pazar payı için son derece önemlidir. Şirketler için piyasa değerinin yüksek değerlendirilmesi yatırımcılar, yöneticiler ve hissedarlar tarafından memnuniyetle karşılanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada marka değeri yüksek olan firmaların marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Borsa İstanbul'da işlem gören 37 adet firmanın 2016-2020 dönemlerine ait marka değerleri ve piyasa değerleri arasındaki Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre firmaların marka değerleri ile piyasa değerleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu ortaya konmuştur. Dolayısı ile firmalar açısından marka değerinin yüksek olması yatırımcı zihnindeki algıyı olumlu etkilemesi nedeniyle firmaların piyasa değerini de arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Marka Değeri, Piyasa Değeri, Granger Nedensellik

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

saydingulu@ksu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7452-311X> | cetincildir@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6358-7919>

How to Cite: Aydıngülü Sakalsız, S, Çıldır Ç. (2022) The Relationship Between Brand Values and Market Values of Companies: An Application on Bist, Journal of Economics and Administrative Sciences, 22(3): 471-480

Giriş

İnsanoğlu, geçmişten bugüne nesnelere işaret koymaktadır. Arkeolojik çalışmalarda elde edilen bulgulara göre ilk markalar, ticari markadan çok mülkiyeti belirten markalardır (Simon, 2002). Diğer taraftan markaların üstlendikleri belki de en önemli rol ticari markalamadır. Ticaret, özellikle ülkeler arasında gelişmeye başladığında, zaman ve mekân sınırları ortadan kalktığında firmalar açısından markalaşma son derece önem kazanmaya başlamıştır (Garnsey, Hopkins ve Whittaker, 1983). Bu bağlamda, ürün yerel olarak üretilip satıldığında, birçok müşteri ürünü zanaatkarın "itibar" aracılığıyla tanımakta böylece zanaatkarın şöhreti iyiyse, ürün için de iyi niyet ortaya koyulmaktaydı. Elbette ki bu durumda markaya gerek olmadığı söylenebilir çünkü üreticinin itibarı genellikle yeterli görülmektedir. Ancak, zanaatkar müşterisinden ayrıldığı durumda markalama önemli hale gelmektedir. Bunun nedeni ise, uzaktaki müşterinin zanaatkarı şahsen tanımamasıdır. Bu durumda, zanaatkarı şahsen tanımayan müşterinin zanaatkarın itibarını belirlemek için ürüne iliştilmiş bir işarete veya markaya ihtiyaç duyduğu dile getirilmiştir (Lee ve ark., 2015).

Markalama, bir üreticinin mallarını diğerinden ayırt etmenin bir yolu olarak yüzyıllardır var olmuştur. Aslında, marka kelimesi, hayvan sahiplerinin hayvanlarını işaretlemek için kullandıkları araçlar olduğu gibi, "yakmak" anlamına gelen eski İskandinav kelimesi "brandr" dan türetilmiştir (Keller ve Swaminathan, 2020). Tarihsel olarak baktığımızda marka değeri kavramı 1980'lerde ortaya çıkan son derece popüler ve potansiyel olarak önemli pazarlama kavramlarından biri olduğu anlaşılmaktadır. Marka kavramı son dönemlerde yatırımcılar, firmalar ve ülkeler açısından önemli hale gelmiştir. Firmaları, firmaların bulunduğu ülkeleri değerlendirirken önemli bir unsur olduğu anlaşılmıştır. Dolayısı ile marka değeri firmalar açısından önemli bir rekabet avantajı sağlamak ve strateji geliştirmede önemli rol oynamaktadır. Tüketici ve üretici arasında alınıp satılan temel şey ürün olmasına rağmen değer yaratan unsur markadır.

Teknoloji ve ticaretin gelişmesi ile bilgi, ürün ve hizmet kolay erişilebilir ve hızla hareket edebilir olmuştur. Artık ürünü üretebilen değil pazarlayabilen, markalaşabilen rekabet avantajı elde edebilmektedir. Marka kavramı en temel anlamda diğerlerinden ayırt edilebilme imkânı sağlamaktadır. Ancak bu kavram günümüzde tüketicinin maddi olmayan ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Firmaların müşteri sadakati oluşturabilmeleri, markaya güven duygusunu inşa edebilmeleri rekabet edebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Ağırlaşan bu rekabet koşulları ve değişmekte olan tüketici davranışları firmaları pazarda iyi konumlanabilmek için markalaşmaya mecbur bırakmıştır. Güçlü marka oluşturabilmek yüksek piyasa değeri ve pazar payı için son derece önemlidir. Firmalar için piyasa değerinin yüksek değerlendirilmesi yatırımcılar, yöneticiler ve hissedarlar açısından olumlu karşılanmaktadır.

Bu çalışmada BİST'de işlem gören 37 adet firmanın piyasa değerleri ile marka değerleri arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Literatür Taraması

Piyasa değeri bir firmanın Borsa'da işlem gören değerini ifade etmektedir. Firmaların marka değeri ile piyasa değeri arasında ilişki olduğuna yönelik beklenti literatürde yapılmış olan birçok çalışma ile desteklenmiştir.

Kerin ve Sethuraman (1998) çalışmalarında Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde 1995 yılı için 58 firma ve 1996 yılı için 55 firma için marka değeri ile Pazar Değeri/Defter Değeri (PD/DD) arasındaki ilişkiyi regresyon analizi ile incelemiştir. Çalışmanın sonucuna göre marka değeri ile firma değeri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

Kim, Kim ve An (2003) 12 adet lüks otelin marka değeri ile finansal performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Nonparametrik korelasyon analizi sonucuna göre firmaların marka değeri ile finansal performansı arasındaki ilişki pozitif ve anlamlıdır.

Madden, Fehle ve Fournier (2006) firmanın marka değerinin firma performansını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Fama-French yöntemi kullanılarak 1994-2001 yılları arasındaki 111 adet firmanın verileri analize dahil edilmiştir. Firma performansı göstergelerinden PD/DD ve pay senedi getirisinin, marka değeri yüksek firmalarda daha yüksek değerlere ulaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Akbulut ve Paksoy (2007) yapmış oldukları çalışmada marka değerinin firmaların finansal performans ilişkisini incelemiştir. Firmaların 2003 ve 2004 yıllarına ait marka değerleri ile pazar fiyatı, pay başına kazanç, net satışlar, faiz ve vergi öncesi kar (FVÖK), vergi öncesi kar (VÖK) ve aktif karlılığı arasındaki ilişki korelasyon analizi ile tahmin edilmiştir. FVÖK ve VÖK değişkenleri ile marka değeri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki elde edilmişken, diğer değişkenler ile marka değeri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur.

Kirk, Ray ve Wilson (2013) çalışmalarında 2001-2008 dönemlerine ait 8 adet firma endüstri, 11 adet firma tüketici firması olmak üzere 19 adet firmanın marka değerleri ile pay senetleri fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre firmaların marka değerleri ile tüketici firmalarının pay senedi fiyatları arasında anlamlı ve pozitif ilişki varken endüstri firmalarının pay senetleri fiyatları üzerinde anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Aydın ve Ulengin (2015) 28 firma için tüketici temelli marka değeri (CBBE) ile firmaların finansal performansı arasındaki ilişkiyi çoklu regresyon analizi ile tahmin etmiştir. Firmaların finansal performans göstergesi olarak 10 farklı oran kullanılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre firmaların tüketici temelli marka değeri ile firmaların finansal performansı arasında pozitif ilişki vardır.

Bayrakdaroğlu ve Mirgen (2016) çalışmalarında 2010-2014 dönemlerinde 44 adet firmanın marka değerinin pay senedi getirisi üzerine etkisi olup olmadığını araştırmışlardır. Yapılan panel regresyon analizi sonucunda marka değeri ile pay senedi getirileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kahraman ve Gacar (2019) 2010-2017 yılları arasında Türkiye'deki en değerli 10 markası arasında yer alan bankaların finansal performansı ile marka değeri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada TOPSIS yöntemi kullanılarak bankaların marka değeri sıralamaları ile finansal performans sıralamaları arasında paralellik göstermediği tespit edilmiştir. En yüksek finansal performansa sahip banka marka değeri sıralamasında en sonda, en düşük finansal performansa sahip banka ise marka değeri sıralamasında ilk sırada yer almaktadır.

Ek (2020) çalışmasında 11 adet firmanın 2017-2018 yılları arasındaki marka değeri ve finansal performansları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada firmaların marka değeri ile aktif karlılık (ROA), net satışlar, brüt kâr marjı, toplam borç/toplam öz kaynak arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu, ancak PD/DD, faiz karşılama gücü, kısa vadeli borç/aktif, Ekonomik Katma Değer (EVA) ve borç servis oranı değişkenlerinin marka değeri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Marka ve Marka Değeri

Literatürde marka değeri kavramının birçok benzer tanımlamaları ile karşılaşılmaktadır. American Marketing Association (2021) markayı "bir satıcının malını veya hizmetini diğer satıcılardan farklı olarak tanımlayan isim, terim, tasarım, sembol veya diğer herhangi bir özellik" olarak tanımlamaktadır. Aaker'a (1991) göre ise marka, "bir satıcının veya bir grup satıcının mal veya hizmetlerini tanımlamayı ve bu mal veya hizmetleri rakiplerinden farklılaştırmayı amaçlayan ayırt edici bir isim ve/veya semboldür. Böylece bir marka, müşteriye ürünün kaynağını bildirir ve hem müşteriye hem de üreticiyi, aynı görünen ürünleri sağlamaya çalışan rakiplerden korur." Kotler (1991) ise markayı "bir satıcının veya satıcı grubunun mal ve hizmetlerini tanımlamayı ve onları rakiplerinkilerden farklılaştırmayı amaçlayan bir isim, terim, işaret, sembol veya tasarım veya bunların birleşimi" olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalarda marka, bir satıcının ürünlerini diğer satıcıların ürünlerinden ayırt etmek için bir isim, terim, sembol, tasarım veya diğer özel olarak tanımlayıcı veya farklılaştırıcı özellik anlamına geldiği anlaşılmaktadır (Brown ve ark., 2006). Keller (1993) ise söz konusu bu bireysel bileşenleri bir markanın kimliği olarak tanımlamakta ve "marka" olarak atıfta bulunmaktadır. Böylece öne sürdüğü tanımla, pazardaki bir ürünün kontrollü farklılaşmasını ve iletişimini vurgulamaktadır. Diğer taraftan Duncan (2005), markayı "Bir şirket veya ürün grubuyla ilgili deneyimler ve bilgilerden kaynaklanan bir algı" olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle Duncan'ın tanımının, bir müşterinin bir markayla ilgili deneyiminin unsurunu vurguladığı anlaşılmaktadır.

Bu bağlamda Lee ve ark. (2015) ise marka kavramını şu şekilde açıklamaktadır: "Birçok firma için marka, sahip oldukları en değerli varlıktır. Marka somut bir şey olmamasına rağmen tüketici ürün veya hizmet hakkında bir şeyler hisseder". Muhasebe açısından bakıldığında marka maddi olmayan duran varlık olarak tanımlanır. Bu varlık genellikle bir şirketin bilançosundaki en değerli varlıktır. Markalar, hissedar değeri yaratmak amacıyla dikkatle yönetilir. Çünkü marka yatırımıyla katlanarak büyümesi beklenen değerli bir maddi olmayan varlıktır". Diğer taraftan, markalar firmalarına bunların yanı sıra bir dizi değerli işlev sağladığı da belirtilmiştir (Chernatony ve McWilliam, 1989). Bir marka, ürünün benzersiz özellikleri veya yönleri için firmaya yasal koruma sağlamaktadır. Böylece marka, fikri mülkiyet haklarını elinde tutabilmekte ve marka sahibine yasal bir unvan verebilmektedir (Bagley ve Savage, 1999). Bu fikri mülkiyet hakları, firmanın markaya güvenli bir şekilde yatırım yapabilmesini ve değerli bir varlığın faydalarından yararlanabilmesini sağladığı da belirtilmiştir (Keller ve Swaminathan, 2020).

Alan yazına bakıldığında marka değerlerini incelemek için birçok yöntemin olduğu görülmektedir. Bu yöntemler, markaların çalışma şeklini tanımlayan birçok paradigmanın oluşmasına neden olmuştur. Söz konusu çalışmalar sınıflandırıldığında ise iki ana temada oldukları görülmektedir. İlk olarak, tüketicilerin markaya ilişkin algılarını araştıran psikolojik araştırmalar gelmektedir (Fournier, 1998). Bir diğeri ise markalı bir ürünün yönetebileceği finansal değere bakan çalışmalardır (Ailawadi, Lehmann ve Neslin 2003; Calder ve Reagan, 2001). Psikolojik paradigmadaki araştırmalar olumlu ve güçlü marka bilgisine sahip bir müşterinin, hedef marka için daha yüksek bir tüketici tercihiyle, markayı satın alma olasılığının pozitif yönde oluşacağını öne sürmektedir. Diğer taraftan, ekonometrik paradigma, satışla sonuçlanan satın alma davranışını ön plana almaktadır. Bu görüşe göre, artan satışlar şirketin daha fazla para kazanması anlamına gelmekte ve bu da artan marka değeri ile sonuçlanmaktadır (Lee ve ark., 2015).

Ancak kafa karıştırıcı bir şekilde marka değeri kavramı farklı amaçlar için farklı şekillerde tanımlanmıştır. Marka değerinin nasıl kavramsallaştırılacağı ve ölçüleceği konusunda ortak bir bakış açısı ortaya konulamamıştır (Keller ve Swaminathan, 2020). Ancak yukarıda da bahsedildiği gibi marka değerine dair iki farklı bakış açısı olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu iki farklı bakış açısı kavramın iki kutuplu yapısını da açığa çıkarmaktadır. Bunlardan ilki tüketici temelli marka değeri veya başka bir deyişle, psikolojik marka değeridir. Bireyin bir marka hakkında olumlu bilgi geliştirmesinin o markayı tercih etme eğilimi oluşturduğu düşünülmektedir. Bir müşteri bir markayı tekrar tekrar seçmesi, markaların o müşteriyle olan değer algısının davranışsal bir ölçüsünü göstermektedir (Keller, 2001). İkinci bakış açısı firma temelli marka değeri veya diğer bir deyişle ekonometrik değerdir. Marka değeri, müşteri için değer katma rolünün bir parçası olarak en az yarım düzine yolla marjinal nakit akışı yaratarak firma için değer katma potansiyeline

sahiptir (Aaker, 1991). Özellikle uzun vadede, bir markaya sürekli satın alma bağlılığı, bir markanın hem tüketici temelli değerini hem de firma temelli değerini artırmalı ve güçlendirmelidir (Erdem ve ark, 1999).

Bu bağlamda Aaker (1991) söz konusu çift kutuplu yapısıyla marka değeri kavramını şu şekilde açıklamıştır: "Marka değeri, bir ürün veya hizmetin bir firmaya ve/veya o firmanın müşterilerine sağladığı değere eklenen veya bundan çıkarılan, bir marka, adı ve sembolü ile bağlantılı bir marka varlıkları ve borçları setidir. Varlıkların veya yükümlülüklerin marka değerinin temelini oluşturması için markanın adı ve/veya sembolü ile ilişkilendirilmeleri gerekir. Markanın adının veya sembolünün değişmesi durumunda, varlık veya yükümlülüklerin bir kısmı veya tamamı etkilenebilir ve hatta bazıları yeni bir isme ve sembole kayabilir, hatta kaybolabilir. Marka değerinin dayandığı varlıklar ve yükümlülükler bağlamdan bağlama farklılık gösterecektir. Bununla birlikte bu varlıklar beş farklı kategoriye ayrılabilirler: Marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları ve diğer tescilli marka varlıkları; patentler, ticari markalar, kanal ilişkileri vb." (Aaker, 1991).

Bir markanın değeri geleneksel olarak markanın gelecekte yaratabileceği iş miktarı olarak ölçülmektedir. Bir markanın bugünkü değerini belirlemek için, markanın gelecekteki satış tahmini (marka adını taşıyan ürünlerin satışından elde edilen gelecekteki nakit akışları olarak ölçülen) bugünün oranlarında paranın değerini yansıtmak için finans disiplini yaygın olarak kullanılan gelecekteki değerden elde edilen net bugünkü değer kavram ve hesaplamaları kullanılarak iskonto edilir. Bu değer daha sonra benzer ancak markasız bir ürünün değeriyle karşılaştırılır (Lee ve ark., 2015). Bir diğer ifadeyle marka değeri, markalı bir ürünün satışından kaynaklanan gelecekteki nakit akışlarının net bugünkü değerini, benzer ancak markasız bir ürünün veya az bilinen bir ürünün satışına kıyaslayarak temsil edilmektedir (Arvidsson 2006; Emmer ve Henshall 2002; Schultz 2004). Böylece bu ölçüm, hissedarlara ve yönetime markanın parasal değeri hakkında bir fikir vermektedir. Bir markanın değerini belirleyen bu sistem teorik olarak mantıklı olsa da söz konusu değeri doğru bir şekilde hesaplamanın çok zor olduğu dile getirilmiştir. Özellikle bu değer belirlenmesinde yardımcı olacak farklı yollar önerilmiş (örneğin, Interbrand, Brand Ten yöntemleri) olsa da belirlenmiş bir formül yok gibi görünmektedir (Lee ve ark., 2015).

Tüketici temelli marka değeri marka farkındalığından, marka sadakatinden, algılanan marka kalitesinden ve markayla olan diğer olumlu ilişkilerden kazanç sağlayan bir varlık olarak kabul edilmektedir (Aaker, 1991). Tüketici temelli marka değeri teorik olarak tüketicilerin markayla ilgili düşünme, hissetme ve davranma biçimini yansıtır; bunlar markanın fiyatına, pazar payına ve markaya sahip olan şirketin kârlılığına etki etmektedir (Kotler ve Keller, 2009). Tüketici temelli marka değeri genellikle bir tüketicinin bir marka hakkındaki bilgisinin, markanın pazarlamasına verdikleri yanıt üzerinde uyguladığı farklı etki olarak adlandırılmaktadır. Bu tepkinin daha yüksek bir fiyat ödemeye istekli olmalarına neden olduğu iddia edilse de bir markanın tüketici temelli değerinin parasal

ölçümlerinden çok farklı bir şekilde ölçüldüğü dile getirilmektedir (Kotler ve Keller, 2009).

Bu bağlamda marka değerine ilişkin ampirik testler sunan literatürün oldukça kapsamlı olduğu dikkat çekmektedir. Pazarlama dışındaki birçok disiplin bu kavramı kendi sorunlarına uygulamış ve bu süreçte çok çeşitli modelleri test etmişlerdir. Ancak bu kadar çok farklı model ve yapının "gerçek" marka değerini yansıttığının iddia edilmesi, bir markanın değerini izleme ve geliştirme konusunda rehberlik etmesi açısından oldukça kafa karıştırıcı olmaktadır. Diğer taraftan, temel olarak markalaşmanın ürün ve hizmetlere marka değerinin gücüyle donatılmasıyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Daha önce de izah edildiği gibi marka değerini ele alan farklı disiplinlerden muhasebe ve finansta marka değeri; daha az bilinen bir markaya sahip bir şirketin hisse senetlerine kıyasla yatırımcıların, marka değeri olan firmanın hisse senetlerini satın almaya istekli olduğunda elde edilecek prim olarak ifade edildiği söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, muhasebe ve finansta marka değeri için bilgilendirme ölçüsü, markayı pazarlayan firmaya yönelik "olumlu düşüncenin" bir değerlendirmesi gibi görüldüğü ifade edilebilmektedir (Kapferer, 2008). Muhasebe ve finansta benimsenen bu marka değeri görüşüne göre markanın değerinin firma değerini arttırdığı anlaşılmaktadır. Örneğin; bir firmanın, marka değerine sahip olan bir başka firmayı satın almak istediğinde, satın alma amaçlarından biride satın alınan şirketin sahip olduğu marka adını elde etmeye yönelik olduğu söylenebilir. Bu nedenle bu tip satın alma işlemlerinde ödenen fiyat için sadece satın alınacak firmanın bilançosunda görünen maddi varlıkları (teknoloji, ofisler vb.) yansıtmadığı, buna ek olarak satın alınacak firmanın marka değerini de içerdiği dile getirilebilir. Diğer bir ifadeyle, teorik olarak şirketin tüm varlıkları on milyon dolar değerindeyse ve yüz milyon dolara satın alınmışsa, satın alınan firmanın marka değeri söz konusu iki fiyat arasındaki fark kadar olabilmektedir.

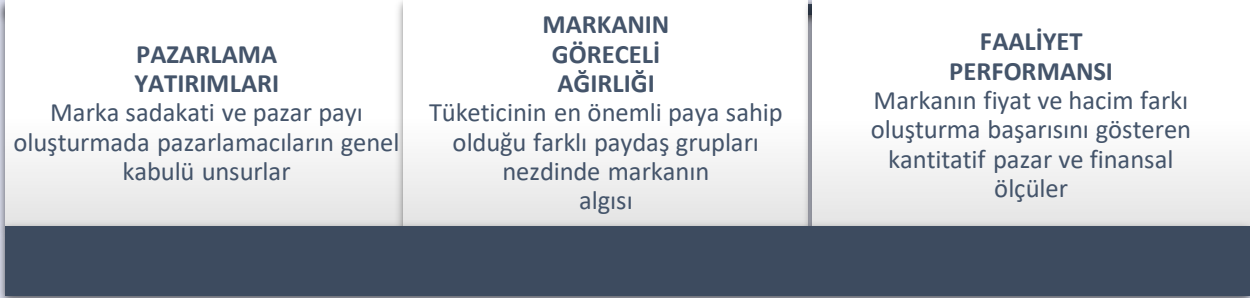
Marka Değeri Ölçümlesinde Brand Finance

Brand Finance marka değerlemesinde önde gelen kuruluşlardandır. Hesaplama yöntemlerinde karma model kullanılmaktadır (Şenol, Koç ve Ünlü, 2019). Dünyanın en büyük beş bin markasının 20 yılı aşkın süredir her yıl finansal değerlemelerini yaparak rapor olarak yayınlayan bağımsız bir danışmanlık şirkettir (brandfinance, 2020). Pazarlama ve finans arasında bir köprü kurmanın amaçları olduğunu dile getiren kurum, marka değerinin oluşturulmasında bir dizi kavram ve metodoloji kullanıldığını belirtmektedir. Söz konusu tanımlar ise Şekil 1'deki gibi açıklanmaktadır.

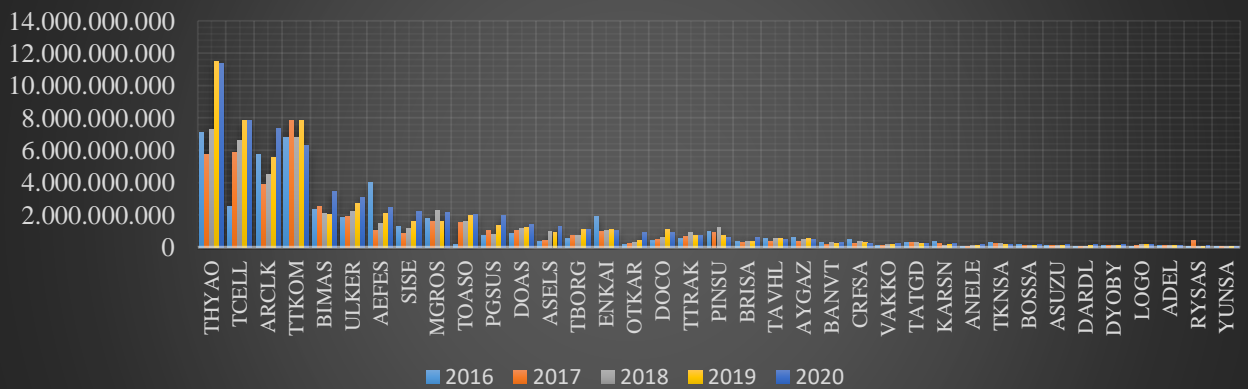
Marka gücü, rakiplerine göre markanın fiziki olmayan ölçümlerde etkililiğini göstermektedir. Bir markanın gücü tespit edilirken Pazarlama Yatırımları, Markanın Göreceli Ağırlığı ve bunların Faaliyet Performansı üzerindeki etkisi incelenmektedir. 100 üzerinden gücü hesaplanan marka değerlendirme hesabına uyarlanmaktadır. Gücü hesaplanan marka kredi derecelendirmesine benzer şekilde AAA+ ile D arası bir dereceye sahip olmaktadır. AAA+ markalar çok güçlü ve iyi yönetilmiş markalar olarak kabul edilirken D bunun tam tersini ifade etmektedir (brandfinance, 2020).



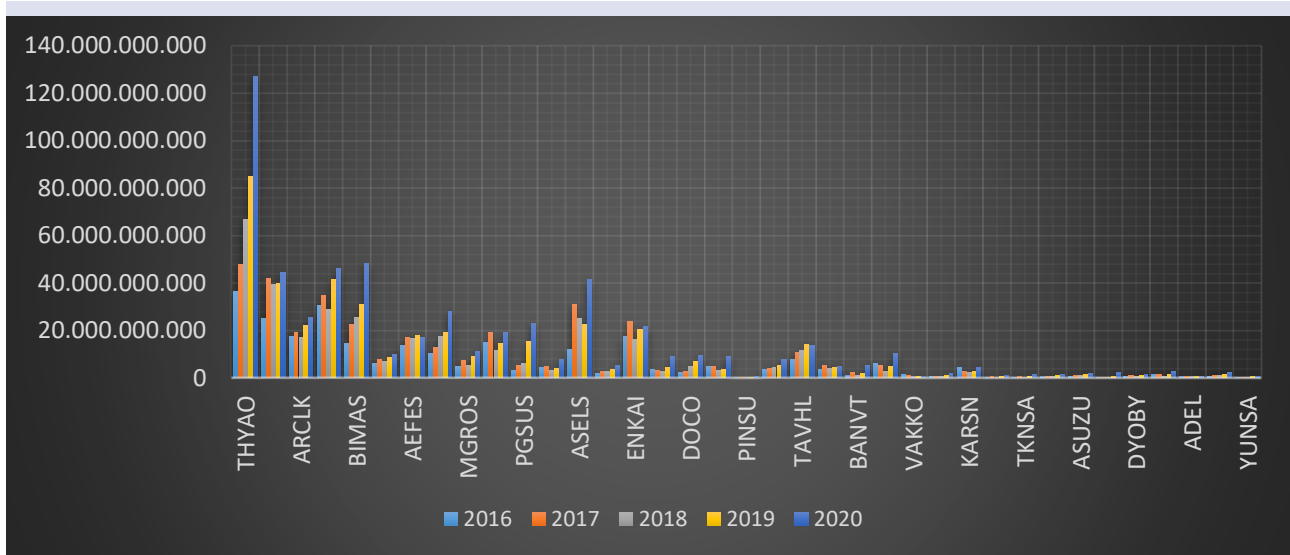
Şekil 1. Marka Değeri (Brand Finance'ın 2020 yılında yayınladığı rapordan alınmıştır)
Figure 1. Brand Value (Taken from the report published by Brand Finance in 2020)



Şekil 2. Marka Gücü (Brand Finance'ın 2020 yılında yayınladığı rapordan alınmıştır)
Figure 2. Brand Strength (Taken from the report published by Brand Finance in 2020)



Şekil 3. Firmaların Yıllar İtibariyle Marka Değerleri
Figure 3. Brand Values of Firms by Years



Şekil 4. Firmaların Yıllar İtibariyle Firma Değerleri
Figure 4. Firm Values of Firms by Years

Çizelge 1. Çalışma Kapsamına Alınan Firmalar
Table 1. Companies Included in the Study

FİRMALAR	
Türk Hava Yolları (THYAO)	Türk Traktör (TTRAK)
Turkcell (TCELL.9)	Pınar Su Sanayi ve Ticaret A.Ş. (PINSU)
Arçelik (ARCLK)	Brisa (BRISA)
Türk Telekom (TTKOM)	TAV Havalimanları Holding (TAVHL)
BİM (BIMAS)	Aygaz (AYGAZ)
Ülker (ULKER)	Banvit (BANVT)
Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. (AEFES)	CarrefourSA (CRFSA)
Şişecam (SISE)	Vakko (VAKKO)
Migros (MGROS)	Tat Gıda (TATGD)
Tofaş (TOASO)	Karsan (KARSN)
Pegasus Hava Yolları (PGSUS)	Anel Elektrik Proje Taahhüt ve Ticaret A.Ş. (ANELE)
Doğuş Otomotiv (DOAS)	Teknosa (TKNSA)
Aselsan (ASELS)	Bossa Ticaret ve Sanayi İşletmeleri T.A.Ş. (BOSSA)
Türk Tuborg (TBORG)	Anadolu Isuzu (ASUZU)
Enka İnşaat (ENKAI)	Dardaneş (DARDL)
Otokar (OTKAR)	DYO (DYOBY)
Do&Co (DOCO)	Logo (LOGO)
Adel Kalemcilik (ADEL)	Reysaş Lojistik (RYSAS)
Yünsa (YUNSA)	

Çizelge 2. Özet Tanımlayıcı İstatistikler
Table 2. Summary Descriptive Statistics

Değişkenler	Gözlem	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Firma Değeri (fd)	185	10.400.000.000	1.590.000.000	15.800.000	12.700.000.000.000
Marka Değeri (md)	185	1.760.000.000	379.000.000	3.900.000	2.700.000.000

Marka değeri hesaplamaları aşağıda gösterilen adımlarla gerçekleştirilmektedir (Brand Finance'in 2020 yılında yayınladığı rapordan alınmıştır).

- Pazarlama yatırımları, göreceli ağırlık ve faaliyetin performansı ölçümleri kullanılarak markanın gücü hesaplanmaktadır. Marka gücü 0 – 100 aralığında puanlanmaktadır.

- Her endüstri için, satın alma kararında markanın önemini yansıtan hak bedeli aralığı tespit edilmektedir. Bu oran lüks ürünlerde en yüksek, doğal maddeleri işleyen endüstrilerin emtia ürünlerinde ise en düşük olmaktadır. Bu tespit mukayese edilebilir lisans anlaşmaları incelenerek sağlanmaktadır.
- Hak bedeli oranının tespiti. Bunun için markanın gücü skoru hak bedeli aralığına uyarlanmaktadır.

- Şirket hasılatı içerisinde markaya ait payın tespiti.
- Geçmiş hasılat, sermaye piyasası analistleri tahminleri ve ekonominin büyüme oranları dikkate alınarak gelecekteki hasılatın tespiti.
- Markaya ait hasılatın tespiti için hak bedeli oranının gelecekteki hasılatı uyarlanması.
- Markaya ait hasılatı iskonto oranı uygulanarak şimdiki net marka değerinin hesaplanması

Çalışmanın sonraki bölümünde firmaların Brand Finance tarafından hesaplanmış olan marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmanın Yöntemi ve Veri Seti

Bu çalışmada Brand Finance'da yayınlanmış olan verilere göre 2016-2020 yılları arasında marka değerleri en yüksek ilk 100 firma arasında olan ve Borsa İstanbul (BİST)'de işlem gören 37 adet firma analize dahil edilmiştir. Çalışmada firmaların marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki nedensellik ilişkisinin tahmin edilmesi amaçlanmıştır.

Piyasa değeri firmaların büyüklük ölçütlerinden biridir. Piyasa değeri bir firmanın toplam paylarının bugünkü değeridir. Firmanın borçları göz önünde bulundurulmadan firma değerini göstermektedir. Pay senedi fiyatının pay senedi sayısı ile çarpılması ile bulunmaktadır (Aydın, 2009:59).

$$\text{Piyasa Değeri} = \frac{\text{Pay Senedi} \times \text{Ödenmiş Sermaye}}{1000}$$

Firmaların piyasa değerleri Finnet.com'dan alınmıştır. Marka değeri en büyük ilk 100 firma arasında yer alan aynı zamanda verilerine ulaşılabilen ve 2016-2020 yılları arasında BİST'de işlem gören firmalar Tablo 1'de verilmiştir.

Çalışma kapsamına dahil edilen firmaların 2016-2020 dönemlerine ait marka değerleri ve firma değerlerine ait grafikleri Şekil 3 ve Şekil 4'te verilmiştir.

Çalışmada kullanılan verilere ait özet tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de verilmiştir.

Araştırmada panel veri kullanılmış olup öncelikle birimler arası korelasyon varlığı sınanmıştır. Serilerin eğim katsayılarının homojenliğine ve yatay kesit bağımlılığına bakılarak birim kök testleri yapılmaktadır (Figankaplan, 2020:58).

Birimler arası korelasyonu sınamak için Pesaran (2004) tarafından türetilen CD testi kullanılmıştır. N>T olduğu durumlarda CD testinin iyi sonuç verdiği bilinmektedir (akt. Tatoğlu, 2020: 240).

Tablo 3'deki sonuçlara göre olasılık değerleri 0,000<0,05 olduğundan md ve fd değişkenlerinde H0 hipotezi reddedilir. Dolayısı ile birimler arası korelasyon vardır. Birimler arası korelasyonun varlığında ikinci kuşak panel birim kök testleri tercih edilmektedir (Tatoğlu, 2020: 107).

Pesaran (2007) yatay kesit genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) regresyonu tahmin edildikten sonra CIPS istatistik değeri elde edilmektedir (akt. Tatoğlu, 2020: 87). Bu test ikinci kuşak panel birim kök testlerindedir.

Çizelge 3. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Table 3. Cross Section Dependency Test Results

Değişkenler	md		fd	
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
CD Testi	6,10	0,000*	39,79	0,000*

Not: *, %1 düzeyinde anlamlıdır.

Çizelge 4. Birim Kök Sınaması Test Sonuçları

Table 4. Unit Root Test Results

Değişkenler	t- bar CIPS istatistiği	Olasılık
fd	2,610**	0,000
md	2,610**	0,000

Not: **, %5 düzeyinde seriler durağandır.

Çizelge 5. Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Table 5. Granger Causality Analysis Results

Değişkenler	Chi-sq	Olasılık
fd	17,70156*	0,0001*
md	8,700585**	0,0129**

Not: *, %1 düzeyinde anlamlıdır. **, %5 düzeyinde anlamlıdır

Tablo 4'deki sonuçlara göre seriler I (1) de durağandır. Seriler durağan hale getirildikten sonra Granger nedensellik analizi yapılabilmektedir.

Tablo 5'de verilen sonuçlara göre olasılık değerleri 0,05 değerinden küçük olduğundan H0 hipotezi reddedilmektedir. Sonuçlar doğrultusunda firmaların marka değerleri piyasa değerlerinin Granger nedenidir. Aynı zamanda firmaların piyasa değerleri de marka değerlerinin Granger nedenidir.

Sonuç ve Değerlendirme

Firmaların temel amacı firma değerinin maksimizasyonudur. Firma değeri ile halka açık firmalar için piyasa değeri benzer şey kabul edilebilmektedir. Marka değerinin de firmaların piyasa değerine pozitif yönde katkı yaptığını savunan birçok çalışma yapılmıştır. Firmalar faaliyetlerini devam ettirebilmek için rekabet avantajına gereksinim duymaktadır. Birçok firma, marka değerini finansal raporlarına dahil ederek tüm paydaşları ile paylaşmaktadır. Marka değerinin yüksek oluşunun rekabet avantajı sağlayacağı, paydaşlar açısından olumlu karşılanacağı ve yatırımları, pay senedi fiyatlarını dolayısı ile firmaların piyasa değerini etkileyeceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada 2016-2020 yılları arasında en yüksek marka değerine sahip ilk 100 firma listesinde yer alan ve BİST'de işlem gören 37 adet firmanın marka değerleri ile piyasa değerleri arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Analizden önce birimler arası korelasyonun varlığı sınanmıştır. Serilerde birimler arası korelasyonun varlığından kaynaklı serilerde durağanlığı test etmek için 2. kuşak birim kök testi uygulanmıştır. Sonuçlar doğrultusundan serilerin 1. mertebeden durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Panel Granger Nedensellik analizi sonucunda ise firmaların marka değerlerinin piyasa değerlerinin nedeni olduğunu, diğer taraftan da firmaların piyasa değerlerinin marka değerlerinin nedeni olduğu

sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısı ile firmaların marka değerleri ile piyasa değerleri arasında çift yönlü ilişki vardır. Çalışmanın sonucu Kerin ve Sethuraman (1998), Bayrakdaroğlu ve Mirgen (2016)'in çalışmalarının sonuçları ile paralellik göstermektedir. Sonuç olarak firmalar açısından piyasa değerinin yüksek olması kadar marka değerinin yüksek olması da önemlidir. Marka değerinin yüksek olması firmalar için iyi bir itibar bırakmaktadır. Tüketici ve yatırımcı zihninde olumlu bir imaj çizerek firmaların rekabet avantajı elde etmesine yol açmakta dolayısı ile piyasa değerlerini de yükseltmektedir. Çalışma yatırımcılara, markalaşmış veya markalaşma yolunda adım atmakta olan firmalara, bundan sonra bu alanda yapılacak olan çalışmalara ışık tutmaktadır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda verilerin elde edilebilmesi durumunda çalışmanın zaman boyutu genişletilebilir, firmanın marka değeri ile firmanın değeri veya firmanın finansal performansı arasındaki ilişki de incelenebilir.

Extended Abstract

The Relationship Between Brand Values and Market Values of Companies: An Application on Bist

With the development of technology and trade, information, products and services have become easily accessible and can act quickly. Now, those who can market and brand the product, not produce it, can gain a competitive advantage. The concept of brand provides the opportunity to be distinguished from others in the most basic sense. However, this concept also meets the intangible needs of the consumer today. It is important for companies to create customer loyalty and build a sense of trust in the brand in terms of their competitiveness. These tougher competition conditions and changing consumer behaviors have forced companies to brand in order to be well-positioned in the market. Building a strong brand is extremely important for high market value and market share. The high valuation of market value for companies is welcomed by investors, managers and shareholders.

In the literature, it is seen that there are many methods to examine brand values. These methods have spawned many paradigms that define the way brands work. When these studies are classified, it is seen that they have two main themes. First, there are psychological studies that investigate consumers' perceptions of the brand (Fournier, 1998). Another is the studies that look at the financial value that a branded product can manage (Ailawadi et al., 2003; Calder and Reagan, 2001). Research in the psychological paradigm argues that a customer with positive and strong brand knowledge will have a higher consumer preference for the target brand, and further argue that with increased brand preference, the probability of purchasing the brand will be positive. On the other hand, the econometric paradigm prioritizes the buying behavior that results in sales. According to this view, increased sales mean the company earns more money, resulting in increased brand equity (Lee et al., 2015).

In this context, it is noteworthy that the literature presenting empirical tests on brand equity is quite

extensive. Many disciplines other than marketing have applied this concept to their own problems and have tested a wide variety of models in the process. However, claiming that so many different models and structures reflect "real" brand value is quite confusing in terms of guiding a brand to monitor and develop its value. On the other hand, it is understood that branding is basically about equipping products and services with the power of brand value. It can be stated that the information measure for brand value in accounting and finance seems to be an evaluation of the "positive thinking" towards the company marketing the brand (Kapferer, 2008). According to this brand value view adopted in accounting and finance, it is understood that the brand's value increases the value of the firm. For example, when a firm acquires another firm, the purpose of the purchase is for the brand name owned by the acquired firm. Often the price paid does not reflect the tangible assets (technology, offices, etc.) that appear on the balance sheet of the purchased brand. In other words, theoretically, if all assets of the company are worth \$10 million and purchased for \$100 million, it can be said that the value of the brand is \$90 million (Silverstein, 2010).

In this study, the causality relationship between the brand values and market values of 37 companies listed in the top 100 companies with the highest brand value between 2016-2020 and traded on the BIST was investigated. Before the analysis, the existence of inter-unit correlation was tested. The second-generation unit root test was applied to test the stationarity of the series due to the existence of a correlation between units in the series. According to the results, it is concluded that the series is stationary in the first order. As a result of the Panel Granger Causality analysis, it was concluded that the brand values of the companies were the cause of their market values, and on the other hand, the market values of the companies were the cause of their brand values. Therefore, there is a bidirectional relationship between the brand values of the companies and their market values. The result of the study is in parallel with the results of the studies of Kerin and Sethuraman (1998), Bayrakdaroğlu and Mirgen (2016). The high brand value leaves a good reputation for companies. Creating a positive image in the minds of consumers and investors leads companies to gain a competitive advantage, thus increasing their market values.

Kaynaklar

1. Aaker, D.A. (1991). "Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name", New York: Free Press.
2. Ailawadi, K.L., Lehmann, D.R., Neslin, S.A. (2003). "Revenue Premium As an Outcome Measure of Brand Equity", *Journal of Marketing*, 67(4): ss.1-17.
3. Akbulut R., Paksoy M. (2007). "Marka Değerini Etkileyen Faktörler: Seçilmiş Bazı Küresel İşletmelerde Marka Değeri ile Finansal Göstergeler Arasındaki İlişki", *İktisat, İşletme ve Finans*, 22(251): ss.123-132.

4. Arvidsson, A. (2006). "Brand Value", *Journal of Brand Management*, 13(3): ss.188–93.
5. Aydın, G. (2009). "Marka Değeri ve Finansal Performans", Doktora Tezi, İ.T.Ü. Fen Bilimler Enstitüsü, İSTANBUL.
6. Aydın, G., Ulingen, B. (2015). "Effect of Brand Equity on Firms Financial Performance in Consumer Goods Industries", *Journal of Business Economics and Finance*, 4(3): ss.331-350.
7. Bagley, C.E., Savage, D.W. (1999). "Managers and the Legal Environment", *Strategies for the 21st Century*.
8. Bayrakdaroğlu A., Mirgen Ç. (2016). "Marka Değerinin Hisse Senedi Getirisi Üzerine Etkisi: BİST’de Bir Araştırma", *Business and Economics Research Journal*, 7(3): ss.111-123.
9. Brown, Tom J., Peter A., Dacin, Michael, G., Pratt, David A., Whetten (2006). "Identity, Intended Image, Constructed Image and Reputation: An Interdisciplinary Framework and Suggested Terminology", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2): ss.99–106.
10. Calder, B.J., Steven J.R., (2001), "Brand Design", in Kellogg on Marketing, Dawn Iacobucci, ed. New York: John Wiley.
11. Constance E.B., Diane W.S., "Managers and the Legal Environment: Strategies for the 21st Century", 6th ed. (Mason, OH: Southwestern-Cengage Learning, 2010).
12. De Chernatony, L., McWilliam, G., (1989). "The Strategic Implications of Clarifying How Marketers Interpret "Brands"". *Journal of Marketing Management*, 5(2): ss.153-171.
13. De Chernatony L., and McWilliam, G., (1989). "The Varying Nature of Brands as Assets," *International Journal of Advertising* 8(4): ss.339–349.
14. Duncan, T., (2005). "Principles of Advertising and Imc", Boston: Tata McGraw-Hill, 2005.
15. Ek, A., (2020). "Şirketlerde Finansal Performans Göstergeleri ve Marka Değeri İlişkisi" Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İSTANBUL.
16. Emmer, M., Henshall J. (2002). "Building and Maintaining Brand Value", *International Tax Review*, ss.41–49.
17. Erdem, T., Swait, J., Broniarczyk, S., Chakravarti, D., Kapferer, J., Keane, M., Roberts, Steenkamp E.M., Zettelmeyer F. (1999). "Brand Equity, Consumer Learning and Choice", *Marketing Letters*, 10(3): ss.301–19.
18. Figankaplan, T. (2020). "Bankaların Piyasa Değeri ile Ekonomik Katma Değeri Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 14(1), ss.39-67.
19. Fournier, S. (1998). "Customers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research", *Journal of Consumer Research*, 24: ss.343–353.
20. Garnsey, P., Hopkins, K., Whittaker, C.R. (Eds.). (1983). "Trade in The Ancient Economy". Univ of California Press.
21. Harrison S. (2002), "The Politics of Resemblance: Ethnicity, Trademarks, Head-Hunting", *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 8(2): ss.211–32.
22. Kahraman, A., Gacar, A. (2019). "Türkiye’deki En Değerli Bankaların Marka Performansları ve Finansal Performanslarının Karşılaştırılması", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35): ss.19-34.
23. Kapferer, J.N. (2008). "The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term", Philadelphia: Kogan Page.
24. Keller, K.L. (2001). "Building Customer-Based Brand Equity", *Marketing Management*, 10(2): ss.3-27.
25. Keller, K.L., Swaminathan, V. (2020), "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity", Harlow: Pearson.
26. Keller, K.L. (1993). "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity", *Journal of Marketing*, 57(1): ss.1–22.
27. Kerin R.A., Sathuraman R. (1998). "Exploring the Brand Value-Shareholder Value Nexus for Consumer Goods Companies", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(4): ss.260-273.
28. Kim, H., Kim W., G., An, J.A. (2003), "The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Firms’ Financial Performance." *Journal of Consumer Marketing*, 20(4/5): ss.335-351.
29. Kirk, C.P., Ray, I. Wilson, B. (2013). "The Impact of Brand Value on Firm Valuation: The Moderating Influence of Firm Type", *Journal of Brand Management*, 20(6): 488-500.
30. Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
31. Kotler, P., Keller K. (2009). "Marketing Management", New Jersey: Prentice-Hall.
32. Lee, A., Yang, J., Mizerski, R., Lambert, C. (2015). "The Strategy of Global Branding and Brand Equity". Routledge.
33. Madden, T.J., Fehle, F., Fournier, S. (2006). "Brands Matter: An Empirical Demonstration of The Creation of Shareholder Value Through Branding", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2): ss.224-235.
34. Schultz, D. E. (2004). "Understanding Total Brand Value", *Marketing Management*, 13(2): ss.10-11.
35. Şenol, Z., Koç, S., Ünlü, U. (2019). "Marka Değeri ile Firma Değeri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Örneği", *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3): ss.338-350.
36. Yerdelen, Tatoğlu, F. (2020). "Panel Zaman Serileri Analizi", *BETA Yayıncılık, İSTANBUL*.
37. Brand Finance (2021). Erişim Tarihi: 14.09.2021, <https://brandfinance.com/>

38. Brand Finance (2019). Erişim Tarihi: 18.09.2021, <https://brandirectory.com/rankings/turkey/2019>.
39. Financial Information News Network (2021). Erişim Tarihi: 09.09.2021, <https://www.finnet.com.tr/FinnetStore/tr/>
40. American Marketing Association (2021), Erişim Tarihi: 09.09.2021, <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.

Galley Proof



The Effect of Moral Disengagement on Unethical Pro-Organizational Behavior: Mediating Role of Demographic Factors

Ahmet Mumcu^{1,a,*}

¹Department of Emergency Aid and Disaster Management, Faculty of Health Sciences, Tokat Gaziosmanpaşa University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 22/10/2021

Accepted: 19/01/2022

ABSTRACT

Ethical scandals in the twenty-first-century business world show that employees perform unethical behaviors for different reasons. This situation reveals that unethical behaviors should be explained with different concepts. One of these concepts, unethical pro-organizational behavior, is defined by Umpruss and Bingham (2012) as violating ethical and moral standards by employees in order to benefit the organization and its members. For this behavior, the employee must neutralize himself/herself from ethical and moral standards. As a result of moral disengagement, employees can separate their internal moral standards from their actions and engage in unethical behaviors without feeling distressed. Demographic factors may have a moderator role in this relationship. In this context, the study aims to determine the moderator role of demographic factors on the effect of moral disengagement on unethical pro-organizational behavior. Research data were obtained from 111 bank personnel. SPSS Process Macro was used to test the research hypotheses. According to the findings obtained from the research data, moral disengagement has a positive and significant effect on unethical pro-organizational behavior. As a result of the statistical analysis on the moderator role of demographic variables, marital status has a moderator role in the relationship between moral disengagement and unethical pro-organizational behavior. Gender, age, education, job position, tenure, and sector do not have a moderator role in the relationship between research variables. As a result of the research results, various suggestions for practitioners and researchers are presented.

Keywords: Ethics, Moral Disengagement, Unethical Behavior, Unethical Pro-Organizational Behavior, Demographic Factors

Ahlaki Çözülmenin Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış Üzerindeki Etkisi: Demografik Faktörlerin Düzenleyici Rolü

Süreç

Geliş: 22/10/2021

Kabul: 19/01/2022

Öz

Yirmi birinci yüzyılın iş dünyasında yaşanan etik skandallar çalışanların etik olmayan davranışları farklı nedenlerle gerçekleştirdiğini göstermektedir. Bu durum etik olmayan davranışların farklı kavramlarla açıklanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu kavramlardan biri olan etik olmayan örgüt yararına davranış, Umpruss ve Bingham (2012) tarafından çalışanların örgüt ve üyelerine fayda sağlamak amacıyla etik ve ahlaki standartları ihlal etmesi olarak tanımlanmıştır. Bu davranışın gerçekleşmesi için çalışanın etik ve ahlaki standartlardan kendisini soyutlaması gerekmektedir. Ahlaki çözülme neticesinde ise çalışan içsel ahlaki standartlarını eylemlerinden ayırarak sıkıntı (huzursuzluk) hissetmeden etik olmayan davranışlarda bulunabilmektedir. Bu ilişkide demografik faktörlerin düzenleyici rolü olabilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı ahlaki çözülmenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerindeki etkisinde demografik faktörlerin düzenleyici rolünü tespit etmektir. Araştırma verileri 111 banka personelinden elde edilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla SPSS Process Macro uygulaması kullanılmıştır. Araştırma verilerinden elde edilen bulgulara göre ahlaki çözülmenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Demografik değişkenlerin düzenleyici rolüne ilişkin yapılan istatistiksel analizler neticesinde ahlaki çözülme ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide medeni durumun düzenleyici bir role sahip olduğu ortaya konmuştur. Cinsiyet, yaş, eğitim durumu, iş pozisyonu, çalışma süresi ve sektörel durumun araştırma değişkenleri arasındaki ilişkide düzenleyici bir rolü olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları neticesinde uygulayıcılara ve araştırmacılara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Etik, Ahlaki Çözülme, Etik Olmayan Davranış, Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış, Demografik Faktörler

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

^a ahmet.mumcu@gop.edu.tr

^{id} <https://orcid.org/0000-0001-6610-5073>

How to Cite: Mumcu A. (2022) The Effect of Moral Disengagement on Unethical Pro-Organizational Behavior: Mediating Role of Demographic Factors, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 481-491

Giriş

21.yy. da yaşanan etik skandallar irdelendiğinde çalışanların etik olmayan davranışa farklı nedenlerle yöneldiği ortaya çıkmaktadır. Ortak hedef ve inançlar doğrultusunda bir araya gelmiş bireyler bir örgüt yapısı oluşturmakta ve tek bir çatı altında belirli kararlar alarak ortak hareket etmektedirler (Karabey, Gülsoy & Yıldırım, 2020). Ancak çalışanların farklı algı ve tutumları ile gerçekleştirdikleri etik olmayan davranışları, örgüte farklı düzeylerde zararlar verebilmektedir. Etik olmayan davranışların bir kısmı örgüte zarar vermek amacıyla gerçekleşebildiği gibi bir kısmı da kişinin hem kendisine hem de örgüt ve üyelerine fayda sağlamak amacıyla gerçekleşebilmektedir. Bu davranışlardan biri olan etik olmayan örgüt yararına davranış kavramı Umpress ve Bingham (2011) tarafından ortaya konmuştur. Araştırmacılar kavramı bireyin örgüt ve üyelerine fayda sağlamak amacıyla etik ve ahlaki standartları ihlal etmesi olarak tanımlamışlardır. Bu davranışın gerçekleşmesinde bireyin davranışın olası kötü sonuçlarından kendini uzaklaştırması ve sistemli bir düşünce kalıbı içinde etik olmayan davranışa yönelmesi gerekmektedir. Bu noktada ahlaki çözümme önemli bir öncül olabilmektedir. Ampirik araştırmalar iş yerindeki etik olmayan davranışların çeşitli biçimlerinin açıklanmasında ahlaki çözümmenin önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Barsky 2011; Moore ve ark., 2012). Spesifik olarak, ahlaki çözümme bireylerin örgütün yararına olan etik olmayan kararları daha kolay ve amaca uygun bir şekilde almalarına yardımcı olabilmektedir. Ahlaki çözümme bireylerin örgütsel olarak değerli ancak ahlaki olarak sorgulanabilir bir karar verme ihtimaline karşı yaşadıkları psikolojik rahatsızlığı (bilişsel uyumsuzluk) önleyerek etik olmayan karar vermeyi kolaylaştırabilmektedir. Bu bağlamda etik olmayan kararları daha kolay verebilmek, psikolojik rahatsızlık yaratmadan etik olmayan kararlar alabilmek demektir (Moore, 2008:132).

Öngörülen bu ilişki nicel ve nitel araştırmalar ile desteklenmiş (Umpress ve Bingham, 2011; Wang ve Wang, 2015; Chen, 2016; Valle, 2017) olsa dahi demografik faktörlerin bu ilişkide düzenleyici bir role sahip olup olmadığına ilişkin kapsamlı bir araştırma yapılmamıştır. Yapılan araştırmalarda yaş ve cinsiyet gibi en temel demografik değişkenlerin etik olmayan örgüt yararına davranış (EOÖYD) üzerindeki etkisinin test edildiği görülmektedir (Yu ve Xu, 2013; Kong, 2016; Kalshoven ve ark., 2016; Tian ve Peterson, 2016). Bununla birlikte çalışanların, iş pozisyonu, çalışma süresinin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerindeki etkisini inceleyen çalışma sayısı sınırlıdır. (Umpress ve ark., 2010; Miao ve ark., 2013; Kalshoven ve ark., 2016; Lee ve ark., 2019) Son olarak personelin çalıştığı sektörün (kamu ve özel), eğitim düzeyinin ve medeni durumun etkisini inceleyen bir araştırma ise tespit edilememiştir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada ahlaki çözümmenin çalışanların etik olmayan örgüt yararına davranışları üzerindeki etkisinde demografik faktörlerin düzenleyici bir role sahip olup olmadığı test edilecektir. Araştırma geniş demografik değişken yelpazesine sahip bankacılık

sektörü üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada cinsiyetin, yaşın, iş pozisyonunun, çalışma süresinin, medeni durumun, eğitim durumunun, sektörün (kamu sermayeli ve özel sermayeli) ahlaki çözüme ve EOÖYD arasındaki etki katsayısını düzenleyebilecek bir role sahip olup olmadığı kapsamlı bir araştırma ile test edilecektir.

Kavramsal Çerçeve

Ahlaki Çözülme

Ahlaki çözümme kavramının temelleri Bandura (1986)'nın sosyal bilişsel kuramına dayanmaktadır. Sosyal bilişsel kuram, kişinin iç kontrol mekanizmalarının yalnızca aktif hale geldiğinde verimli bir şekilde çalıştığını ifade etmektedir. Bu noktada ahlaki çözümme mekanizmaları, içsel standartlarımızı davranışlarımızı nasıl yorumladığımızdan ayırarak onları etkisiz hale getirebilmektedir. Ahlaki çözümme, bireylerin ahlaki ve etiği, zararlı davranışlardan ve bu davranışlara ilişkin sorumluluklarından uzaklaştırarak ahlaki standartları aştığı mekanizmalar dizisi olarak tanımlanmaktadır (Valle ve ark., 2019:176). Sosyal-bilişsel kuramdan hareketle, ahlaki çözümme kavramı kişinin içsel ahlaki standartlarını eylemlerinden ayırarak sıkıntı(huzursuzluk) hissetmeden etik olmayan davranışlarda bulunmasını kolaylaştıran sekiz bilişsel kümeden oluşmaktadır (Moore, 2015:199). Bandura (2002) bu sekiz bilişsel kümeyi; ahlaki gerekçelendirme (moral justification), örtmeceli etiketleme (euphemistic labelling), hafifletici kıyaslama (advantageous comparison), sorumluluktan uzaklaşma (displacement of responsibility), sorumluluğu dağıtma (diffusion of responsibility), sonuçların çarpıtılması veya göz ardı edilmesi (disregard or distortion of consequences), insan dışılaştırma (dehumanisation), sonuçların hafifletilmesi (power of humanisation), suç mağdura yükleme (attribution of blame) olarak belirtmiştir. Bu sekiz mekanizma davranış odaklı, eylemi gerçekleştiren (fail) odaklı, sonuç odaklı, kurban odaklı olmak üzere 4 farklı kategori altında ele alınmaktadır. Bu durum Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1. Ahlaki Çözülmenin Kategorik Sınıflandırması
Table 1. Categorical Classification of Moral Disengagement

Ahlaki Çözülmenin Odak Noktası	İlişkili Mekanizma
Davranışsal Odaklı	1.Ahlaki gerekçelendirme
	2.Örtmeceli Etiketleme
	3.Hafifletici Kıyaslama
Eylemi Gerçekleştiren (Fail) Odaklı	4. Sorumluluğun Uzaklaşma
Sonuç Odaklı	5. Sorumluluğu Dağıtma
	6.Sonuçların Hafifletilmesi
Kurban(Mağdur) Odaklı	7.İnsan Dışılaştırma
	8.Suç Mağdura Yükleme

Kaynak: (Bandura, 1999; Bandura, 2002)

Bu sekiz mekanizma birlikte bireylerin karar verme ve yaptıkları seçimleri deneyimleme şeklini yeniden yapılandırır. Ahlaki çözümme, o zaman, bireylerin

eylemlerini daha az zararlı görünecek şekilde yeniden yapılandırmalarına, eylemlerinin sonuçlarındaki rollerini en aza indirmelerine veya başkalarına neden oldukları sıkıntıyı hafifletmelerine izin veren bilişleri uyandırmaya yönelik bireysel bir yatkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır (Moore, 2008:131).

Ahlaki çözüm mekanizmalarının ahlaki ve etik standartları nasıl ortadan kaldırdığı, hırsızlığın etik olmayan bir davranış olduğu bilincine sahip bir vatandaşın bir kahve dükkânından para ödemediği gazete alması konu örgüsü üzerinden açıklanabilir. Konuyu ahlaki çözüm mekanizmaları özelinde verilen örneklerle açıklamak gerekirse hırsızlık eylemini gerçekleştiren kişi için gazete önemli olmayan bir şey olarak algılanabilir (sonuçların hafifletilmesi), herkesin bazen kağıt gibi küçük şeyler aldığına inanabilir (sorumluluğu dağıtma), kağıdı almanın diğerlerinin ihlallerine kıyasla çok küçük olduğunu düşünebilir (hafifletici kıyaslama), mağaza çalışanlarının gazetenin kopyalarını aldığını gördüğünü, öyleyse kendisinin de yapabileceğini düşünebilir (sorumluluğun yerinden edilmesi), bilgili bir vatandaş olmanın gazeteye para ödemekten daha önemli olduğunu düşünebilir (ahlaki gerekçelendirme), işi bittiğinde gazeteyi kafede bırakmayı planlayarak sadece 'ödünç alıyor gibi' gözükebilir (örtmeceli etiketleme), kahve mağazasının, gazetesini çalınabilecek ve bunu hak eden bir şirket olduğunu düşünebilir (insanlıktan çıkarma), kahve için çok fazla ücret ödediğini düşünerek kendi durumunu haklı görebilir (suç atfetme). Tüm bu mekanizmalar, davranışının hırsızlığa karşı iç standardıyla ilgisi olmadığını anlamayı kolaylaştırır. Böylece, yanlış bir şey yapmadığına inanarak, koltuğun altında gazete ile mağazadan ayrılabilir (Moore, 2015:199).

Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış

Etik olmayan örgüt yararına davranış ilk olarak Umphress ve Bingham (2011) tarafından ortaya konan teorik bir modelle kavramsallaştırılmıştır. Umphress ve ark. (2010) araştırmalarında etik olmayan davranışların farklı bir yapısını ele alarak pozitif örgütsel çıktıları olan örgütsel değişkenlerin etik olmayan davranışları teşvik edebildiğini ifade etmişlerdir. Araştırmacılar ortaya koydukları bu teoriyi Tajfel ve Turner (1986) sosyal kimlik teorisi ile Blau (1964) sosyal mübadele (değişim) teorisine dayandırarak, bireylerin güçlü örgütsel kimlik algısı ve olumlu karşılıklılık inançları olduğunda etik olmayan örgüt yanlısı davranışlar sergileyebildiklerini iddia etmişlerdir. Umphress ve Bingham (2011:629) kavramı örgüt ve çalışanların etkin işleyişini teşvik etmek amacıyla yapılan davranışlar olarak tanımlamaktadır. Fakat çalışanlar bu davranışı yerine getirirken toplumsal değerleri, kuralları, yasaları veya dürüst davranış standartlarını ihlal etmektedir. Bu tanım kavramın iki temel unsuru olduğunu ifade etmektedir. İlk olarak EOÖYD etik davranış standartlarını ihlal eder ve etik değildir. Tanımın ikinci unsuru etik olmayan eylemin arkasındaki niyetle ilgilidir. EOÖYD örgüte, örgüt çalışanlarına ya da her ikisine fayda sağlamak amacıyla yürütülmektedir. EOÖYD

davranışının gerçekleşmesinin altındaki temel motivasyon örgüte fayda sağlamak amacıdır. Bu bir yönüyle onu diğer benmerkezci etik olmayan davranışlardan ayırmaktadır (Miao ve ark., 2013:643). Kong (2016: 86) etik olmayan davranışlar ile etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki en temel farkın etik olmayan davranışların büyük ölçüde örgüte zarar vermeyi amaçladığı yerde etik olmayan örgüt yanlısı davranışların örgüte fayda sağlamak niyeti ile gerçekleştirilmesi olduğunu ifade etmişlerdir. Umphress ve Bingham (2011) araştırmalarında etik olmayan örgüt yanlısı davranış, sosyal mübadele teorisi, örgütsel özdeşleşme, duyarsızlaşma, ahlaki olmayan kültür, ahlaki gelişim, bilişsel uyumsuzluk teorisi ve duygular çerçevesinde belirlediği teorik bir model ile açıklamıştır. Söz konusu model Şekil 1'de görülmektedir.

Model pozitif sosyal mübadele ve örgütsel özdeşleşme arasında kurulan ilişki ile başlamaktadır. Bu durum çalışanı etik olmayan davranışın sergilenmesi hususunda cesaretlendirerek, etik ve ahlaki gerekliliklerin göz ardı edilmesi noktasında pozitif yönlü etkilemektedir. Eğer örgütte ahlaki olmayan bir kültür hâkim ve çalışanın ahlaki gelişim düzeyi düşük ise bu durum çalışanın duyarsızlaşım (neutralization) düzeyini artırmaktadır. Ayrıca eylemin hukuki sonuçlarının ortaya çıkardığı potansiyel risk bireyin davranışa ilişkin duyarsızlaşım düzeyini artıracaktır. Etik olmayan örgüt yararına davranışın gerçekleşmesiyle çalışanın hissettiği suçluluk ve utanç muhtemel sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışan bu durumu hissettiğinde suçluluk ve utanç, bir sonraki meydana gelebilecek etik olmayan örgütsel davranış engellemek için kullanabilecektir. Bilişsel uyumsuzluk ise etik olmayan örgütsel yararına davranıştan kaynaklanabilecek muhtemel bir sonuçtur. Bireyin yaşadığı bilişsel uyumsuzluk pozitif sosyal mübadele ilişkisinin, örgütsel kimlik algısının ve duyarsızlaşımın artmasına hizmet edebilir (Umphress ve Bingham, 2011; Mumcu, 2017). Bireyin bilişsel uyumsuzluk yaşaması durumunda model süreklilik arz eden bir döngüye neden olabilecektir.

Araştırma Hipotezlerinin Oluşturulması

Bandura (1990) ahlaki çözümün örgütlerde etik (ahlaki) yozlaşmanın önemli bir öncülü olduğunu ifade etmiştir. Yazar çalışanların ahlaki çözüm fonksiyonlarını iş hayatında kendi çıkarlarını ilerletmek veya daha fazla kazanmak amacıyla sıradan günlük bir rutinmiş gibi kullanabildiklerini ifade etmiştir. Umphress ve Bingham (2011:627) etik olmayan örgüt yararına davranışın teorik modelini ortaya koyarken ahlaki çözümün unsurlarından biri olan neutralization (duyarsızlaşmayı) etik olmayan örgüt yararına davranış sergilenmeden önce gerçekleşen bir durum olduğunu ifade etmiştir. Bu süreçte birey ahlaki ve etik olan gereklilikleri göz ardı ederek davranışlarını haklı çıkarmakta ve yaşadığı iç huzursuzluğu ortadan kaldırmaktadır. Alan yazında ahlaki çözümün bağımsız, aracı ve düzenleyici değişken olarak kurgulandığı birçok ampirik araştırma tespit edilmiştir. Wang ve Wang (2015) tarafından Tayvan'da yer alan

şirketlerdeki 595 çalışan ve 124 yönetici üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda ahlaki çözümlenin çalışanların etik olmayan örgüt yanlısı davranışları arasındaki üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Chen ve ark. (2016) ahlaki çözümlerle etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki pozitif yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Valle ve ark. (2017) 206 tam zamanlı çalışan üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında ahlaki çözümlenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerinde pozitif yönlü güçlü bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Lee ve ark. (2019) tarafından yapılan çalışmada ahlaki çözümlenin çalışanların etik olmayan örgüt yanlısı davranışları üzerindeki etkisi olduğu tespit edilmiştir. Nitel ve nicel araştırmalar doğrultusunda araştırmanın ilk hipotezi;

H1: Ahlaki çözümlenin çalışanların etik olmayan örgüt yararına davranışları üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.

Literatürde demografik faktörlerin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerindeki etkisini inceleyen birçok nicel araştırma yapılmıştır. Özellikle yaş, cinsiyet, kıdem ve iş pozisyonunun ampirik araştırmalarda en sık teste tabi tutulan demografik faktörler olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalar cinsiyet değişkeni yönüyle ele alındığında Matherne ve Litchfield (2012), Effelsberg, Solga ve Gurt (2013), Miao, Newman, Yu ve Xu (2013), Kong (2016) cinsiyet değişkeni ile EOÖYD arasında bir ilişki tespit edemezken, Kalshoven ve ark. (2016) ve Tian ve Peterson (2016) kadınların EOÖYD sergileme durumunun erkek çalışanlara göre daha düşük olduğunu tespit etmiştir. EOÖYD ile yaş değişkeni arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalara bakıldığında Shu (2015), Vanencio (2015), Thau ve ark. (2015) yaş ile EOÖYD arasında anlamlı bir ilişki olmadığını tespit etmiştir. Buna karşın Kong (2016) yaş ile EOÖYD negatif yönlü, Lee ve ark. (2019) ise yaş ile EOÖYD arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ifade etmişlerdir. Kalshoven ve ark. (2016) iş yerinde kıdem ile EOÖYD arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu tespit ederken, Lee ve ark. (2019) kıdem ile EOÖYD arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Son olarak yapılan araştırmalarda iş pozisyonu ile EOÖYD arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (Umpréss ve ark. 2010; Miao ve ark. 2013). Yapılan araştırmalar bakıldığında ortaya konan tespitlerin örneklemde özelinde farklılaşabildiği görülmektedir. Bununla birlikte çalışanların medeni durumu ile EOÖYD arasındaki ilişkiyi ele alan ampirik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda demografik faktörlerin ahlaki çözümlerle EOÖYD arasındaki ilişkide anlamlı bir düzenleyici role sahip olup olmadığı aşağıda belirlenen araştırma hipotezleri ile test edilecektir.

H2: Ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide demografik faktörlerin düzenleyici rolü vardır.

H2a: Çalışan yaşlarının, ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2b: Çalışanların cinsiyetlerinin, ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2c: Çalışanların eğitim durumunun ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2d: Çalışanların medeni durumunun ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2e: Çalışanların kurumdaki çalışma süresinin ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2f: Çalışanların bağlı olduğu sektörün (kamu ve özel) ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

H2g: Çalışanların iş yeri pozisyonunun ahlaki çözümler ve etik olmayan örgüt yararına davranış arasındaki ilişkide düzenleyici rolü vardır.

Yöntem

Araştırma analiz tekniği olarak tümdengelimdir. Nedensellik ilişkisine dayanan betimsel bir araştırmadır. Araştırma verileri 5'li Likert Tipi derecelendirme ölçeği kullanılarak online ve yüz-yüze anket yöntemleri birlikte kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde SPSS Process Macro v. 3.5. ve AMOS 23.0 istatistik programları kullanılmıştır. Araştırma değişkenlerinin yapısal geçerliliğini tespit etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu aşamadan sonra belirlenen araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla (demografik değişkenlerin düzenleyici rolünü) belirlemek amacıyla Andrew F. Hayes tarafından geliştirilen SPSS Process Macro uygulaması Model 1 seçilerek ilgili analizler yapılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı ahlaki çözümlerin çalışanların etik olmayan örgüt yararına davranışları üzerindeki etkisinde demografik faktörlerin düzenleyici rolünü tespit etmektir. Araştırmada cinsiyetin, yaşın, iş yeri pozisyonunun, çalışma süresinin, medeni durumun, eğitim durumunun, sektörün (kamu sermayeli ve özel sermayeli) ahlaki çözümler ve EOÖYD arasındaki etki katsayısını düzenleyebilecek bir role sahip olup olmadığı test edilecektir. İfade edilen bu unsurlar temelinde araştırma modeli Şekil 2'de gösterilmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırma evreni Tokat ili Erbaa ve Niksar ilçelerinde aktif olarak çalışan banka personellerinden oluşmaktadır. Araştırmada tam sayı hedeflenerek tüm banka şubelerinde yer alan personele anket formu ulaştırılmıştır. Evrende toplam 15 banka şubesi bulunmaktadır. Bu banka şubelerinde toplan 152 personel çalışmaktadır. On beş günlük bir zaman periyodunun ardından 111 anketten geri dönüş sağlanmıştır. Araştırmada 152 çalışanın olduğu bir evrende, basit seçkisiz örnekleme yöntemi %95 güven aralığı ve 0,05 hata payında örneklem sayısının en az 109 olması gerektiği hesaplanmıştır. Bu hesaplama göre araştırma örnekleminin yeterli sayıya ulaştığı ifade edilebilir.

Çizelge 2. Araştırma Örnekleminin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Table 2. Findings Regarding the Demographic Characteristics of the Research Sample

Demografik Faktörler	Gruplar	F	%	Demografik Faktörler	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Erkek	63	56,7	Medeni Durum	Evli	64	57,7
	Kadın	48	43,3		Bekar	47	42,3
Yaş	22-35 yaş	70	63,0	Eğitim Durumu	Ön lisans	15	13,5
	36-45 yaş	25	22,5		Lisans	84	75,7
	45 yaş ve üzeri	16	14,5		Lisan üstü	12	10,8
Sektör	Kamu Sermayeli	44	39,6	Çalışma Süresi	0-5 yıl	31	27,9
	Özel Sermayeli	67	60,4		6-10 yıl	41	36,9
İş Pozisyonu	Gişe Görevlisi	40	36,0	11-15 yıl	29	26,1	
	Servis Yetkilisi	46	41,4		16 yıl ve üzeri	10	9,1
	Yönetmen ve Yönetmen Yard.	25	22,6				

Çizelge 3. Araştırma Değişkenlerine Ait Birleşim Birleşik Güvenirlik ve Açıklanan Toplam Varyans Değerleri

Table 3. Combined Reliability and Explained Addition Variance Values of Research Variables

Değişkenler	AVE	CR
AÇ	0,55	0,82
EOÖYD	0,51	0,71

(AÇ: Ahlaki Çözülme, EOÖYD: Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış)

Çizelge 4. Korelasyon Analizi Sonuçları

Table 4. Correlation Analysis Results

Değişkenler	Ort. SS	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Çalışma Süresi	İşyeri Pozisyonu	Sektör	AÇ	EOÖYD
AÇ	1,95,72	0,110	0,061	-0,209*	0,064	0,029	0,060	-0,122	1	
EOÖYD	2,08,77	0,002	-0,004	-0,201*	-0,020	0,022	-0,027	-0,130	0,580**	1

(AÇ: Ahlaki Çözülme, EOÖYD: Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış), (*korelasyon P<0,05 düzeyinde anlamlı/ **korelasyon P<0,001 düzeyinde anlamlı)

Çizelge 5. Düzenleyici Etki Analiz Bulguları

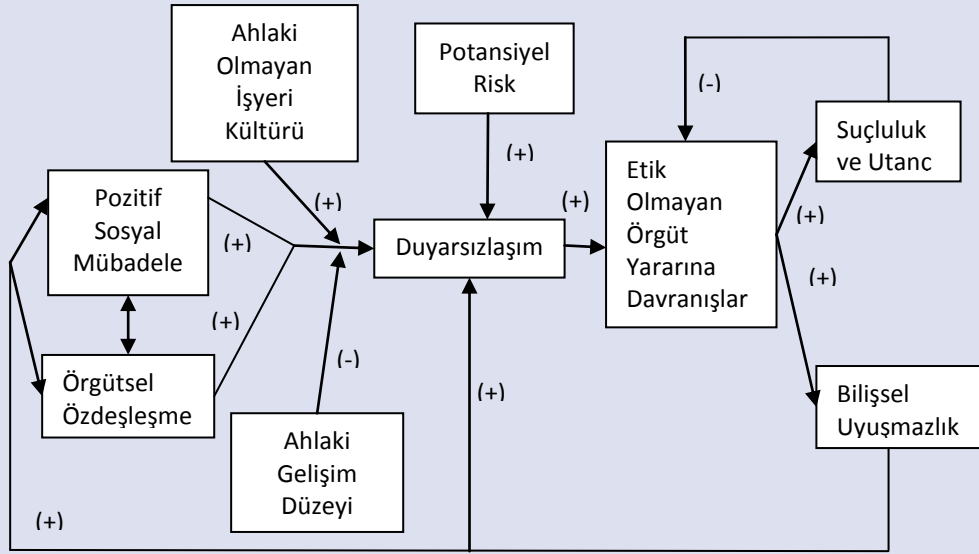
Table 5. Mediator Analysis Findings

Değişkenler	β*	S.H.	t	p	Güven Aralığı	
					LLCI	ULCI
Ahlaki Çözülme(X)	1,2620	0,2436	5,1810	0,0000	0,7798	1,7441
Medeni Durum (W)	0,7925	0,3609	2,1960	0,0300	0,0781	1,5069
Etkileşimsel Etki (X.W)	-0,5520	0,1925	-2,8761	0,0049	-0,9331	-0,1709
Medeni Durumun Düzenleyici Etkisi						
Evli (1)	0,7100	0,0861	8,2419	0,0000	0,5395	0,8805
Bekar (2)	0,1580	0,1722	0,9174	0,0360	0,1829	0,4988
			ΔR²	F	n	p
Etkileşim sonucu R ² değişim oranı			0,0411	8,2202	111	0,0049
			R	MSE	F	p
Model Özeti			0,6201	0,3846	0,3764	25,6194

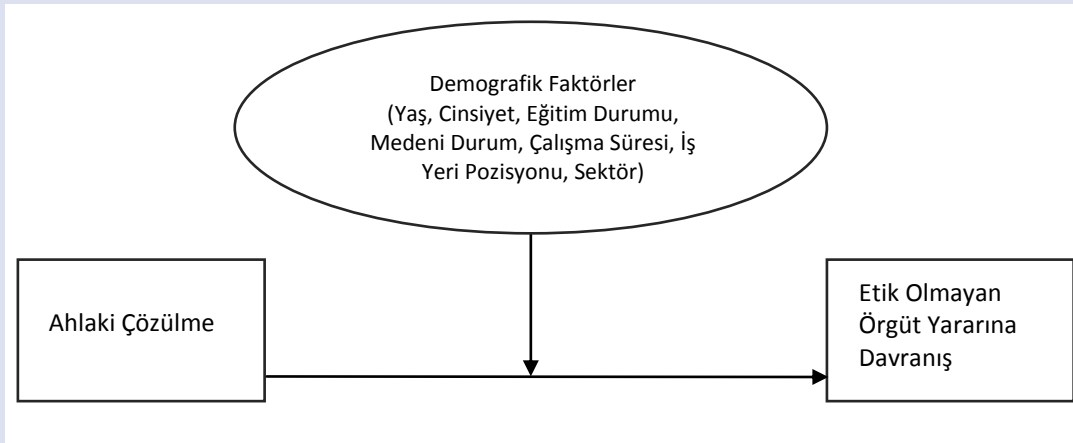
* Standardize edilmemiş beta katsayıları raporlanmıştır.

Çalışmada araştırma örneklemini olarak bankacılık sektörü personelinin tercih edilmesinin çeşitli nedenleri vardır. Öncelikle bankacılık sektörü yoğun performans baskısı altında çalışan, performans hedeflerinin gerçekleşmek adına çalışanların etik olmayan yollara başvurabildiği bir sektördür. Kredi ve ürünlerle ilgili detaylı bilgi vermemek ya da eksik ve yanlış bilgi vermek, yıllık işlem ücretleri, masraf ve komisyonlar, kredi kartı üyelik aidatları gibi hususları kullanarak etik olmayan davranışların sergilenmediği bir sektördür. İfade edilen bu hususlar örgüt(banka) ve üyelerine fayda sağlamaktadır. Ayrıca sektör çalışanları, mevcut rekabet koşullarına bağlı olarak iş yeri faaliyetlerinde ahlaki çözüm mekanizmalarını kullanabilmektedir. Ayrıca hem ahlaki çözüm hem de etik olmayan örgüt yararına davranış kavramlarını konu alan Bankacılık personeline

yapılmış iki ayrı nitel araştırma (Uzunbacak ve ark., 2019; Üçok, 2020) bulunmaktadır. Son olarak sektör çalışanları demografik özellikleri itibarıyla geniş bir yelpazeye sahiptir. Sektörde çalışan kadın personel sayısı Türkiye ortalamasının üzerindedir. Bu durumu örneklem gruplarında yer alan sayıların birbirine yaklaşmasını sağlamaktadır. Eğitim durumu yönüyle ön lisans, lisans ve lisan üstü eğitim durumuna sahip birçok çalışan bulunmaktadır. Ayrıca çalışma sürelerinin çeşitliliği, şubelerdeki hiyerarşik yapıya bağlı olarak farklı iş pozisyonlarının oluşu, kamu ve özel sermayeli olmak üzere 2 farklı sektör grubunda yer alması demografik değişkenler yönüyle örneklemin geniş bir yelpazede bulunmasını sağlamaktadır. Çalışmanın araştırma örneklemini oluşturan banka personelinin demografik özelliklerine ilişkin veriler Çizelge 2'de sunulmaktadır.



Şekil 1. Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranışa Ait Teorik Model
Asıl Kaynak: (Umpruss ve Bingham, 2011:627) Çeviri Kaynak: (Mumcu, 2017)
Figure 1. Theoretical Model of Unethical Pro-Organizational Behavior



Şekil 2. Araştırma Modeli
Figure 2. Research Model

Çizelge 2'den elde edilen bulgulara bakıldığında kadın çalışan oranının %43 olduğu görülmektedir. Çalışanların çoğunluğu itibari ile 6-10 yıl arasında çalışma tecrübesi olduğu, 22-35 yaş aralığında yer aldığı ve lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. İş pozisyonu itibari ise dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

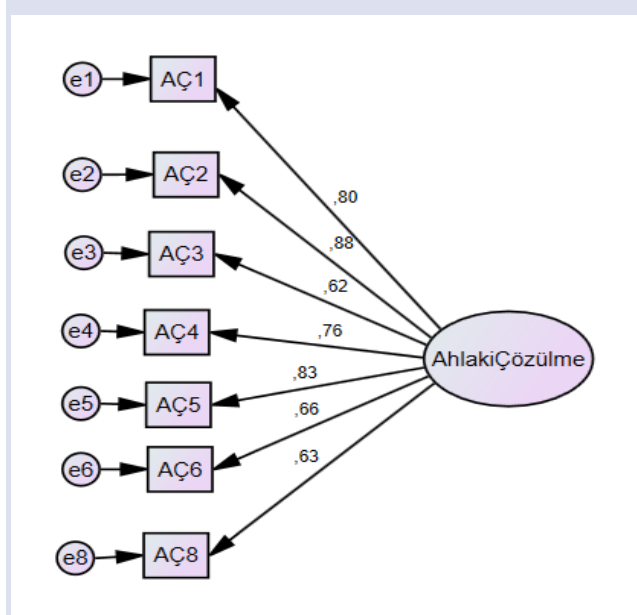
Çalışma verilerinin elde edilmesinde online ve yüz-yüze anket yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeğine hazırlanmış Ahlaki Çözülme Ölçeği ve Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış Ölçeği bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde banka personelinin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, kurumdaki çalışma

süresi, iş pozisyonu ve sektörü sorulmuştur. Çalışmanın bu bölümünde ahlaki çözülme ve etik olmayan örgüt yararına davranış ölçeklerine ait geçerlilik ve güvenilirlik analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Ölçek geçerlilik analizleri yapısal eşitlik model diyagramları ile birlikte sunulmuştur. Araştırma değişkenlerine ait ölçeklerin henüz Türk örneklem üzerinde yeterince test edilmemiştir. Bu nedenle faktör yükleri ve yapısal eşitlik model diyagramları ile birlikte verilerle bundan sonraki yapılacak araştırmalara katkı sağlanması amaçlanmıştır.

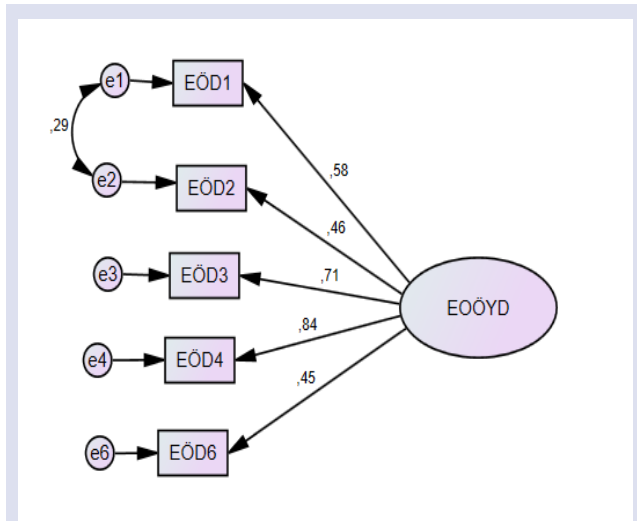
Ahlaki Çözülme Ölçeği

Araştırmada Moore (2012) tarafından geliştirilen ve Erbaş ve Perçin (2017) tarafından Türkçe çevirisi yapılarak geçerliliği ve güvenilirliği ortaya konan Ahlaki Çözülme Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek tek faktör ve sekiz ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin araştırmacının örneklem

kütlesindeki benzer bir dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapısal eşitlik modeli vasıtasıyla birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Birincil düzey doğrulayıcı faktör analizine ilişkin ortaya konan model diyagramı ve ifadelerin faktör yükleri Şekil 3'de gösterilmektedir.



Şekil 3. Ahlaki Çözülme Ölçeği Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Diyagramı
Figure 3. Moral Disengagement Scale Primary Level Confirmatory Factor Analysis Model Diagram



Şekil 4. EOÖYD Ölçeği Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Diyagramı
Figure 4. Primary Level Confirmatory Factor Analysis Model Diagram of the UPB Scale

Yapılan birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi neticesinde faktör yükü (0,30)'un altında olan yedi numaralı ifade analizden çıkarılmıştır. Yapılan bu işlemin ardından model $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 2,529, RMSEA: 0,077, NFI: 0,905, CFI: 0,958, GFI: 0,954 uyum

iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin Coranbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,795 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar ölçeğin yapılacak istatistiksel analizler için geçerli ve güvenilir bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır.

Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış Ölçeği

Çalışmada Umpress, Bingham ve Mitchell (2010) tarafından geliştirilen altı ifade ve tek boyuttan oluşan Etik Olmayan Örgüt Yararına Davranış Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin yapısal geçerliliğinin ve güvenilirliği test etmeye yönelik bir araştırma makalesi olmamakla birlikte farklı araştırmacılar tarafından (Uymaz, 2020; Gürsoy ve ark. 2021) geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuştur. Bu çalışmada ölçeğin yapı geçerliliğini tespit etmek amacıyla birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Birincil düzey doğrulayıcı faktör analizine ilişkin ortaya konan model diyagramı ve ifade bazlı faktör yükleri Şekil 4'de gösterilmektedir.

Yapılan birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi neticesinde ölçeğin beş numaralı ifadesinin faktör yükünün 0,30'un altında olması nedeniyle istatistiksel analizlerden çıkarılmıştır. Modelin uyum iyiliği indeks değerlerini artıran bir modifikasyon (iyileştirme) yapılmıştır. Yapılan bu işlemin ardından modelin uyum iyiliği indeks değerleri $P < 0,05$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 1,645, RMSEA: 0,078, NFI: 0,959, CFI: 0,979, GFI: 0,983 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Coranbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,751 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar ölçeğin yapılacak istatistiksel analizler için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

Ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi neticesinde geçerlilik analizleri yapıldıktan sonra birleşim geçerliliği analizleri de yapılmıştır. Birleşim geçerliliği analizi, örgütsel değişkenlere ait ifadelerin birbirleriyle ve meydana getirdikleri faktör ile ilişkili olduklarını ifade eden bir geçerlilik türüdür. Birleşim geçerliliğinin sağlanabilmesi için tüm birleşik güvenilirlik (CR) değerinin, ortalama açıklanan varyans (AVE) değerinden büyük olması ve (AVE) değerinin 0,5'ten büyük olması gerekmektedir (Hair ve ark., 2017; Yaşlıoğlu, 2017). Modelde yer alan ölçeklere ait birleşim geçerliliğinin test edilebilmesi için hesaplanan "Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)" değerleri, Birleşik Güvenirlik (CR) değerleri Çizelge 3'te gösterilmektedir.

Elde edilen istatistiksel sonuçlar temelinde araştırma değişkenlerin yakınsak (birleşim) geçerliliği sağlandığı görülmektedir.

Araştırma Bulguları

Çalışmada öncelikle araştırma değişkenleri arasındaki ikili ilişkiler korelasyon analizi ile test edilmiştir. Demografik değişkenlerin kendi arasında korelasyon ilişkisinin sunulmasının araştırma hipotezlerimiz açıklanmasında gerekliliği olmadığından dolayı Çizelge 3'de yer verilmemiştir. Bu doğrultuda

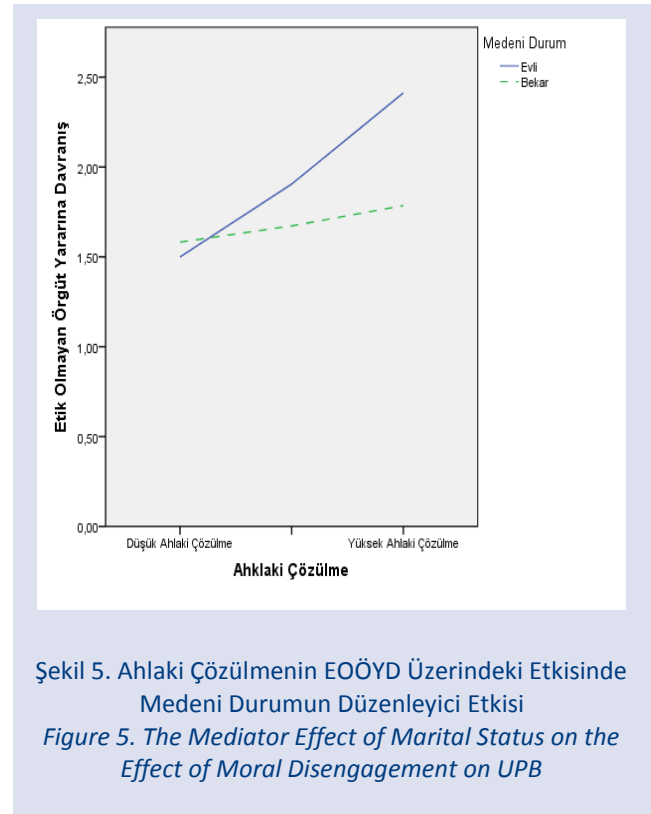
demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, çalışma süresi, iş yeri pozisyonu, sektör) ile ahlaki çözülme ve etik olmayan örgüt yanlısı davranış arasındaki ilişkiler Çizelge 4’de sunulmaktadır.

Çizelge 3’den elde edilen bulgulara bakıldığında ahlaki çözülme ile EOÖYD arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r: 0,580$; $p: 0,001$) olduğu görülmektedir. Cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma süresi, iş yeri pozisyonu, sektör gibi demografik değişkenler ile araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilere bakıldığında anlamlı bir korelasyon tespit edilememiştir. Bu sonuçlar araştırma hipotezlerimizden H2a, H2b, H2c, H2e, H2f, H2g hipotezlerinin desteklenmediğini ortaya koymaktadır.

Medeni durum ile ahlaki çözülme ve EOÖYD arasında anlamlı bir korelasyon ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra ahlaki çözülme ve EOÖYD arasındaki ilişkide medeni durumun anlamlı bir düzenleyici role sahip olup olmadığı SPSS Process Macro Model 1 seçilerek test edilmiştir. Process Macro Model 1 seçeneğinde bağımlı değişken (X: Ahlaki Çözülme), düzenleyici etkiye sahip değişken (W: Medeni Durum), etkileşimsel etki ise (X.W) ile gösterilmektedir. SPSS Process Macro, bootstrap tekniği (%95 güven aralığı ve 5000 türev örnekleme) yöntemi sayesinde dolaylı ve aracı etkileri uygulama basamakları ile açıklayabilen bir istatistiksel uygulamadır (Hayes, 2013). H2d hipotezi için yapılan düzenleyici etki analiz sonuçları Çizelge 5’de sunulmaktadır.

Çizelge 4’den elde edilen bulgulara bakıldığında ahlaki çözülmenin EOÖYD üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu ($\beta: 1,2620$; $p: 0,0000$), medeni durumun EOÖYD üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu ($\beta: 0,7925$; $p: 0,0300$), ahlaki çözülme ve medeni durumun birlikte EOÖYD üzerindeki etkileşimsel etkisinin negatif yönü ve anlamlı ($\beta: -0,5520$; $p: 0,0049$) olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar temelinde ahlaki çözülmenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerindeki etkisinin test edildiği H1 hipotezi desteklenmektedir. Çizelge dan elde edilen bulgulara modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve regresyon analizine dahil edilen tüm araştırma değişkenlerinin EOÖYD üzerindeki toplam etkisinin ($R^2: 0,384$; $p: 0,0000$) olduğu tespit edilmiştir. Etkileşim sonucu regresyon katsayısında meydana gelen ($\Delta R^2: 0,0411$) düzeyindeki değişim ($p, 0049$) anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Ahlaki çözülmenin EOÖYD üzerindeki etkisinde medeni durumun düzenleyici etkisi Şekil 5 üzerinde gösterilen grafikte gösterilmektedir.

Şekil 5’de sunulan düzenleyici etki eğim grafiğinde ahlaki çözülmenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerindeki pozitif yönlü etkisinin evli ve bekar banka personele göre farklılaştığı anlaşılmaktadır. Şekil 5’de görüldüğü üzere ahlaki çözülmenin EOÖYD üzerindeki pozitif yönlü etkisi evli banka personeline ($\beta = ,7100$; $p < 0,001$) bekar banka personele ($\beta = ,1722$; $p < 0,05$) göre daha güçlüdür. Bu sonuçlar temelinde H2d hipotezi desteklenmektedir.



Şekil 5. Ahlaki Çözülmenin EOÖYD Üzerindeki Etkisinde Medeni Durumun Düzenleyici Etkisi
Figure 5. The Mediator Effect of Marital Status on the Effect of Moral Disengagement on UPB

Sonuç ve Öneriler

Araştırma verilerinden elde edilen bulgular temelinde ahlaki çözülmenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi desteklenmektedir. Araştırma sonuçları ilgili literatürü desteklemektedir. Etik olmayan örgüt yararına davranış kavramının temelinde çalışanın örgütüne fayda ve yarar sağlamak amacı bulunmaktadır. Fakat bu davranışı yerine getirirken çalışan ahlaki ve etik standartları ihlal etmektedir. Bu davranışın gerçekleşmesinin temelinde çalışanların pozitif sosyal mübadele ilişkisi çerçevesinde örgütsel özdeşleşme ve duygusal bağlılık gibi olumlu algıları ile örgüte fayda sağlamak düşüncesi bulunmaktadır. Fakat tüm bu algıları EOÖYD gerçekleştirme noktasında çalışanı yönlendirse dahi, çalışanın etik olmayan davranışa karşı iç huzursuzluğunu nötürleştirmeden (duyarsızlaşım) bu davranışı gerçekleştirmesi mümkün değildir. Duyarsızlaşım işlevinin gerçekleşmesinde ahlaki çözülme önemli bir yere sahiptir. Ahlaki çözülme sahip olduğu ahlaki gerekçelendirme, örtmeceli etiketleme, hafifletici kıyaslama, sorumluluktan uzaklaşma, sorumluluğu dağıtma, sonuçların çarpıtılması veya göz ardı edilmesi, insan dışlama, suçu mağdura yükleme mekanizmalarını kullanarak çalışanın etik olmayan örgüt yararına davranış gerçekleştirmesinin önündeki engelleri kaldırmaktadır. Çalışan ahlaki çözülme mekanizmaları sayesinde etik olmayan davranışı örgüte duyduğu bağlılık karşılığında sergilemesi gerektiğine inanarak, bunu kişisel çıkar içeren bir eylem olmadığına örgüte fayda sağlama amacı ile hareket ettiğini düşünerek, örgütünde diğer bireylerin de bu davranışı gerçekleştirdiğini söyleyerek, herkesin bu tür

bir davranışı örgütü için yapabileceğini düşünerek, gerçekleştirdiği etik ihlalin sonuçlarının önemsiz olduğunu inanarak, yaptığı davranışın telafisini sonradan düzelteceğini düşünerek, müşterilerin bunu hak ettiğini düşünerek etik olmayan örgüt yararına davranışı gerçekleştirebilir. Bu noktada ahlaki çözümlenin EOÖYD için önemli bir öncül olduğunu söylemek mümkündür.

Demografik değişkenlerin düzenleyici rolüne ilişkin bulgulara bakıldığında sadece medeni durumun örgütsel değişkenler arası ilişkide düzenleyici bir role sahip olduğu tespit edilmiştir. Literatürde medeni durumun çalışanların etik/etik olmayan tutum ve davranışları üzerindeki etkisini ele alan yeterli sayıda araştırma yoktur (Gorjidoov ve Greenman, 2014:128). Medeni durum ve etik arasındaki ilişkiye ele alan araştırmalara bakıldığında değişkenler arası ilişkiyi ele alan çalışmaların farklı sonuçlar ortaya koyduğu tespit edilmiştir. Bazı araştırmalar, evli tüketicilerin bekar, boşanmış veya dul tüketicilerden farklı etik değerlere sahip olduğunu bildirmiştir. Effmeyer ve ark. (1999) evli tüketicilerin evli olmayanlara göre makyavelist olarak sınıflandırma olasılığının daha yüksek olduğunu ifade etmiştir. Chernyak-Hai ve ark. (2019) tarafından yapılan 122 çalışan üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda evli erkeklerin ve boşanmış kadınların çoğunlukla örgütlerde etik olmayan bir davranış türü olarak iş yeri sapma davranışlarını daha fazla sergilediklerini tespit etmiştir. Öte yandan bazı araştırmalar ise medeni durum ile etik ya da etik olmayan davranışlar arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir. Serwinek (1992) medeni durumun etik algılar üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını ortaya koymuştur. Özyer ve Azizoğlu (2010) insanların etik değerlerinin medeni durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını tespit etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre ise ahlaki çözümlenin etik olmayan örgüt yararına davranışları üzerindeki etkisi evli çalışanlarda, bekar çalışanlara göre anlamlı bir şekilde daha güçlüdür. Bu sonuç iş ve çalışma hayatı ilişkisinde daha fazla kişisel sorumlulukları olan evli erkek ve kadın personelin ahlaki çözümlen mekanizmalarını daha fazla kullanarak etik olmayan örgüt yararına davranışları bekar çalışanlara göre daha fazla sergilediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç temelinde hem kadınların hem de erkeklerin medeni durumlarına göre yaşam ve işyeri stres faktörlerine farklı tepki gösterebileceği tespiti yapılabilir. Araştırma sonuçlarında elde ettiğimiz bulgulara benzer şekilde Simon (2002), erkeklerin ve kadınların medeni durumdaki değişikliklere farklı duygusal tepkileri olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca araştırma örneğinde yer alan bekar personelin hem çalışma süresi yönüyle kısa bir çalışma hayatına sahip olduğu hem de şube hiyerarşisinde ilk basamaklarda yer aldığı görülmektedir. Birden fazla değişkenin ortak bir noktada birleşmesinin evli ve bekar personel arasındaki bu etki farklılığını ortaya koymuş olabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada elden edilen bulgular temelinde araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur. Buna göre örgütlerde ahlaki çözümlenin etik olmayan örgüt yararına davranış üzerinde güçlü ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar

temelinde örgütlerde ahlaki çözülmeye sebebiyet verecek unsurların tespiti önem arz etmektedir. Ayrıca örgütsel faktörler olarak ahlaki kültür ve etik iklimin, örgütsel adaletin sağlanması ve etik liderlik davranışının sergilenmesi önemlidir. Medeni durumu düzenleyici etkisine yönelik olarak araştırmada çeşitli psikolojik stres faktörlerinin önemli olduğu ön görülmüştür. Bu tespitin ampirik bir araştırmayla test edilmesinin varsayımın daha sağlam bir zemine kavuşmasına imkân sağlayabilir.

Extended Abstract

When the ethical scandals in the 21st century are examined, it is revealed that employees turn to unethical behavior for different reasons. While some of the unethical behavior may occur with the aim of harming the organization, some of it may occur in order to benefit both the individual and the organization and its members. The concept of unethical pro-organizational behavior, which is one of these behaviors, was theorized by Umpress and Bingham (2011). Umpress and Bingham (2011:629) define the concept as behaviors done to promote the effective functioning of the organization and its employees. However, when performing this behavior, employees violate social values, rules, laws, or standards of honest behavior. In realizing this behavior, the individual needs to distance himself from the possible harmful consequences of the behavior and turn to unethical behavior in a systematic way of thinking. At this point, moral disengagement can be an important antecedent. Moral disengagement is defined as a set of mechanisms by which individuals exceed moral standards by removing morality and ethics from harmful behaviors and their responsibilities for these behaviors (Valle et al., 2019:176).

Although this predicted relationship has been supported by quantitative and qualitative research (Umpress & Bingham, 2011; Wang & Wang, 2015; Chen, 2016; Valle, 2017), no comprehensive research has been conducted on whether demographic factors have a moderator role in this relationship. The study aims to determine the moderator role of demographic factors in the effect of moral disengagement on unethical pro-organizational behavior. In the research, it will be tested whether gender, age, job position, length of employment, marital status, education, sector (public and private capital) has a moderator role in the relationship between moral disengagement and UPB.

The research analysis technique is deductive. It is descriptive research based on causality. The research data were obtained by using a 5-point Likert type rating scale and online and face-to-face survey methods. In the analysis of research data, SPSS Process Macro v. 3.5. and AMOS 23.0 statistical programs were used. Confirmatory factor analysis was performed to determine the structural validity of the research variables. After this stage, to test the research hypotheses (the moderator role of demographic variables), SPSS Process Macro application Model 1 was developed by Andrew F. Hayes was selected

and related analyzes were made. Research data were obtained from 111 bank personnel.

The moral disengagement scale developed by Moore (2012) was used in the research. As a result of the primary level confirmatory factor analysis for the moral disengagement scale, the seventh statement with a factor load below (0.30) was excluded from the analysis. After this process, the model has goodness-of-fit values (χ^2/df : 2.529, RMSEA: 0.077, NFI: 0.905, CFI: 0.958, GFI: 0.954) at $P < 0.05$ significance level. Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the scale was determined as 0.795. The unethical pro-organizational behavior scale developed by Umphress, Bingham, and Mitchell (2010) was used in the study. As a result of the primary level confirmatory factor analysis, the fifth statement of the scale was excluded from the statistical analysis because the factor load was below 0,30. A modification was made to increase the goodness of fit index values of the model. After this process, the model's goodness-of-fit index values were found at $p < 0,05$ significance level χ^2/df : 1,645, RMSEA: 0,078, NFI: 0,959, CFI: 0,979, GFI: 0,983. Cronbach alpha's internal consistency coefficient of the scale was determined as 0,751. These results reveal that the scale is a valid and reliable measurement tool for statistical analysis.

As a result of the correlation analysis, it is seen that there is a positive and significant relationship (r : 0,580; p : 0,001) between moral disengagement and UPB. No significant correlation between gender, age, education level, length of employment, job position, sector, and research variables. According to the SPSS Process Macro Model 1 moderator analysis results, moral disengagement has a positive and significant effect on UPB (β : 1,2620; p : 0,0000), and marital status has a positive and significant effect on UPB (β : 0,7925; p : 0,0300), the interactional effect of moral disengagement and marital status together on UPB was found to be negative and significant (β : -0,5520; p : ,0049). According to the findings obtained from the table, it was determined that the model was statistically significant and the total effect of all the research variables included in the regression analysis on the UPB (R^2 : 0,384; p : 0,0000). The change in the regression coefficient (ΔR^2 : 0,0411) as a result of the interaction is statistically significant at the (p : 0,0049) significance level.

The research results support the relevant literature. The basis of the realization of UPB is the idea of providing benefits to the organization with positive perceptions of employees such as organizational identification and emotional commitment within the framework of the positive social exchange relationships. However, even if all these perceptions lead the employee to realize the UPB, it is not possible for the employee to perform this behavior without neutralizing his inner unrest against unethical behavior. Considering the findings regarding the moderator role of demographic variables, it was determined that only marital status had a moderator role in the relationship between organizational variables. This result reveals that married male and female personnel,

who have more responsibilities in the relationship between work and working life, use moral disengagement mechanisms more and display unethical behaviors for the benefit of the organization more than single employees. Based on this result, it can be determined that both women and men may react differently to life and workplace stress factors according to their marital status. Similar to the findings we obtained in the research results, Simon (2002) stated that men and women might have different emotional reactions to changes in marital status. In addition, it is seen that the single personnel in the research sample both have a short employment length and are in the first steps in the hierarchy. It is thought that the combination of more than one variable at a common point may have revealed the difference in effect between married and single personnel.

Based on the findings obtained in the study, various suggestions for researchers and practitioners were presented. In the study, it was determined that moral disengagement has a strong and positive effect on UPB. Based on these results, it is essential to determine the factors that will cause moral disengagement in organizations. In addition, it is important to ensure moral culture and ethical climate, organizational justice, and ethical leadership behavior as organizational factors. Apart from this, it is predicted that moral identity and moral development level are important individual factors. In the study, various psychological stress factors were predicted to be necessary regarding the moderator effect of marital status. However, this prediction needs to be tested by empirical research.

Kaynaklar

1. Bandura A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
2. Bandura, A. (1990). Perceived Self-Efficacy in The Exercise of Personal Agency. *Journal Of Applied Sport Psychology*, 2(2): 128-163.
3. Bandura, A. (1999). Moral Disengagement in The Perpetration of Inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3): 193-209.
4. Barsky, A. (2011). Investigating the Effects of Moral Disengagement and Participation on Unethical Work Behavior. *Journal of Business Ethics*, 104(1): 59-75.
5. Blau, P.M. 1964. *Exchange and Power in Social Life*. John Wiley and Sons, New York
6. Chen, M., Chen, C.C., Sheldon, O.J. (2016). Relaxing Moral Reasoning to Win: How Organizational Identification Relates to Unethical Pro-Organizational Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 101(8): 1082.
7. Chernyak-Hai, L., Kim, S.K., Tziner, A. (2019). Relationships Between Workplace Deviance Interacted with Gender and Marital Status: The Correspondence Analysis Approach. *Psychological Reports*, 122(4): 1494-1515.
8. Effelsberg, D., Solga, M., Gurt, J. (2013). Transformational leadership and follower's unethical behavior for the benefit of the company: A two-study investigation. *Journal of Business Ethics*, 120: 81–93.

9. Erffmeyer, R.C., Keillor, B.D., LeClair, D.T. (1999). An Empirical Investigation of Japanese Consumer Ethics. *Journal of Business Ethics*, 18(1): 35-50.
10. Erbaş, E., Perçin, N.Ş. (2017). Ahlaki Çözülme (Moral Disengagement) Ölçeği Türkçe Geçerliliği ve Kişi-Çevre Uyumu İlişkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1): 177-190.
11. Gorjidoz, J., Greenman, C. (2014). Marital Status, Religiosity, and Experience as A Predictor Of Ethical Awareness Among Accounting Professionals. *Journal of Business and Economics Research (JBER)*, 12(2): 125-136.
12. Gürsoy, A., Köksal, K., Topçu, M.K. (2021). Örgüt Yararına Ahlaki Olmayan Davranışın Belirleyicileri: Duygusal Bulaşıcılığın Düzenleyicilik Rolü. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1): 163-180.
13. Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C., Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
14. Kalshoven, K., Van Dijk, H., Boon, C. (2016). Why And When Does Ethical Leadership Evoke Unethical Follower Behavior? *Journal of Managerial Psychology*, 31(2): 500-515.
15. Karabey, T., Gülsoy, Z., Yıldırım, G. Türkiye'deki Ulusal Hemşirelik Derneklerinin Etkinliklerine Bir Bakış. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 10(3): 384-391.
16. Kong, D.T. (2016). The Pathway to Unethical Pro-Organizational Behavior: Organizational Identification As A Joint Function of Work Passion and Trait Mindfulness. *Personality and Individual Differences*, 93: 86-91.
17. Lee, A., Schwarz, G., Newman, A., Legood, A. (2019). Investigating When and Why Psychological Entitlement Predicts Unethical Pro-Organizational Behavior. *Journal of Business Ethics*, 154(1): 109-126.
18. Matherne, C.F., Litchfield, S.R. (2012). Investigating the Relationship Between Affective
19. Commitment and Unethical Pro-Organizational Behaviors: The Role of Moral Identity. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 9: 35-46.
20. Miao, Q., Newman, A., Yu, J., Xu, L. (2013). The Relationship Between Ethical Leadership and Unethical Pro-Organizational Behavior: Linear or Curvilinear Effects? *Journal Of Business Ethics*, 116(3): 641-653.
21. Moore, C. (2008). Moral Disengagement in Processes of Organizational Corruption. *Journal of Business Ethics*, 80(1): 129-139.
22. Moore, C., Detert, J.R., Klebe Treviño, L., Baker, V.L., Mayer, D.M. (2012). Why Employees Do Bad Things: Moral Disengagement and Unethical Organizational Behavior. *Personnel Psychology*, 65(1): 1-48.
23. Moore, C. (2015). Moral Disengagement. *Current Opinion in Psychology*, 6: 199-204.
24. Mumcu, A. (2017). Etik Olmayan Örgüt Yanlısı Davranışlar. Polatçı S, Özyer K (Ed.), 21.yy da Örgütsel Davranış, Beta Yayınevi 1. Baskı İstanbul 194-215.
25. Özyer, K., Azizoğlu, Ö. (2010). Demografik Değişkenlerin Kişilerin Etik Tutumları Üzerindeki Etkileri. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2): 59-84.
26. Serwinek, P.J. (1992). Demographic & Related Differences in Ethical Views Among Small Businesses. *Journal of Business Ethics*, 11(7): 555-566.
27. Shu, X. (2015). Contagion Effect of Unethical Pro-Organizational Behavior Among Members Within Organization. *Metallurgical and Mining Industry*, 5: 235-242.
28. Simon, R.W. (2002). Revisiting the relationships among gender, marital status, and mental health. *American journal of sociology*, 107(4): 1065-1096.
29. Tajfel, H.V., J.C. Turner. (1986). The Social Identity Theory Of Intergroup Behavior. S. Worchel, W. G. Austin, (Eds.) *Psychology of Intergroup Relations*, 2nd ed. Nelson-Hall, Chicago, 7-24.
30. Thau, S., Derfler-Rozin, R., Pitesa, M., Mitchell, M.S., Pillutla, M.M. (2015). Unethical For the Sake of The Group: Risk of Social Exclusion and Pro-Group Unethical Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 100(1): 98-113.
31. Tian, Q., Peterson, D.K. (2016). The Effects of Ethical Pressure and Power Distance Orientation on Unethical Pro-Organizational Behavior: The Case of Earnings Management. *Business Ethics: A European Review*, 25(2): 159-171.
32. Umphress, E.E., Bingham, J.B., Mitchell, M.S. (2010). Unethical Behavior in the Name of The Company: The Moderating Effect of Organizational Identification and Positive Reciprocity Beliefs on Unethical Pro-Organizational Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 95(4): 769.
33. Umphress, E.E., Bingham, J.B. (2011). When Employees Do Bad Things for Good Reasons: Examining Unethical Pro-Organizational Behaviors. *Organization Science*, 22(3): 621-640.
34. Uymaz, A.O. (2020). Yöneticilerin Demokratik, Otokratik ve Serbesiyetçi Liderlik Tarzlarının Sonucu Olarak Çalışanların Örgüt Yararına Ahlaki Olmayan Davranışları: Türk Turizm Sektörü Üzerine Bir Çalışma. *İş Ahlakı Dergisi*, 13(2): 103-145.
35. Uzunbacak, H.H., Akçakanat, T., Dinç, M., Bayrakçı, E. (2019). İyi Niyetli Kötü Davranışlar: Banka Çalışanlarının Örgüt Yararına Ahlaki Olmayan Davranışları Üzerine Nitel Bir Araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12: 658-683.
36. Üçok, D.I. (2020). Kurumlarda Yaşanan Ahlaki Çözülme Mekanizmasına İlişkin Bir Örnek Olay İncelemesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 42(1): 180-206.
37. Valle, M., Kacmar, K.M., Zivnuska, S. (2017). Understanding the Effects of Political Environments on Unethical Behavior in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 156: 173-188.
38. Valle, M., Kacmar, K.M., Zivnuska, S. (2019). Understanding the Effects of Political Environments on Unethical Behavior in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 156(1): 173-188.
39. Venâncio, S.F.G. (2015). Ethical leadership and unethical pro-organizational behavior: A moderated mediation model of affective commitment and authenticity at work (Master's thesis, NOVA School of Business and Economics).
40. Wang, Y.D., Wang, C.C. (2015). Ethical Leadership, Moral Disengagement, and Unethical Pro- Organizational Behavior. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*.
41. Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, (46): 74-85.



The Impact of Insurance Sector Premium Production on Economic Development

İsmail Yıldırım^{1,a,*}

¹Finance and Banking Department, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Hitit University

Research Article

History

Received: 09/11/2021

Accepted: 18/01/2022

ABSTRACT

Insurance is one of the cornerstones of modern life. Without insurance, today's society and economy can become inoperable in many ways. The insurance sector can be affected by political, economic, technological, climatic, etc. that may occur in daily life. Also, it protects individuals or companies against risks. The share of the insurance sector in the financing of investments and the development of financial services in developing economies is increasing day by day. Insurance companies contribute to economic growth by transferring the premiums they collect to the capital markets. In Turkey, the insurance rate and the premiums collected are increasing every year. The share of the insurance sector in the Turkish financial sector is around 4%. When we compare this rate with the world insurance sector, it is seen that it is not sufficient. However, the presence of the young population in Turkey and the emergence of new insurance branches positively affect the growth dynamics of the sector. This study examines the relationships between the insurance sector and economic growth in Turkey. The interaction between economic growth and the insurance sector was analyzed with the VAR model and the Granger Causality Test. The analysis was made using quarterly data between 2013:06-2021:06. In the analysis, the Gross Domestic Product and the premium production of the life insurance branch, the premium production of the non-life insurance branch, and the total premium production variables were used. The GDP variables used in the analysis were obtained from the Central Bank of the Republic of Turkey EVDS, and the variables H-PRIM, HD-PRIM, and T-PRIM were obtained from the Insurance Association of Turkey (TSB). A positive and unidirectional relationship was determined between the insurance sector premium production and economic growth. Economic growth positively affects the premium production in the insurance sector, likewise, the premium production in the insurance sector is the cause of economic growth.

Keywords: Granger causality test, Insurance, Economic growth, VAR

Sigortacılık Sektörü Prim Üretimini Ekonomik Gelişmeye Etkisi

Süreç

Geliş: 09/11/2021

Kabul: 18/01/2022

Öz

Sigorta modern yaşamın temel taşlarından biridir. Sigorta olmadan, günümüz toplumu ve ekonomisi birçok açıdan çalışamaz hale gelebilir. Sigorta sektörü günlük yaşamda meydana gelebilecek politik, ekonomik, teknolojik, iklimsel vb. risklere karşı bireyleri ya da şirketleri korumaktadır. Gelişmekte olan ekonomilerde yatırımların finansmanı ve finansal hizmetlerin gelişmesinde sigorta sektörünün payı her geçen gün artmaktadır. Sigorta şirketleri topladıkları primleri sermaye piyasalarına aktararak ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadırlar. Türkiye’de her geçen yıl sigortalılık oranı ve toplanan primler artış göstermektedir. Sigorta sektörü Türk finans sektörü içerisindeki payı %4 civarındadır. Bu oranı dünya sigortacılık sektörüyle karşılaştırdığımızda yeterli olmadığı görülmektedir. Ancak Türkiye’deki genç nüfusun varlığı ve yeni sigorta branşlarının ortaya çıkması sektörün büyüme dinamiklerini olumlu etkilemektedir. Bu çalışma, Türkiye’de sigorta sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri incelemektedir. Ekonomik büyüme ile sigortacılık sektörü arasındaki etkileşim VAR modeli ve Granger Nedensellik Testi ile analiz edilmiştir. Analiz 2013:06-2021:06 yılları arası çeyrek dönemlik veriler kullanılarak yapılmıştır. Analizde Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla ile Hayat sigorta branşına ait prim üretimi, hayat dışı sigorta branşına ait prim üretimi ve toplam prim üretimi değişkenleri kullanılmıştır. Analizde kullanılan GSYİH değişkenleri T.C Merkez Bankası EVDS’den, H-PRİM, HD-PRİM ve T-PRİM değişkenleri Türkiye Sigorta Birliği’nden (TSB) elde edilmiştir. Sigortacılık sektörü prim üretimi ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ekonomik büyüme sigortacılık sektörü prim üretimini olumlu etkilemektedir aynı şekilde sigortacılık sektörü prim üretimi ekonomik büyümenin nedenidir.

Anahtar kelimeler: Granger nedensellik testi, Sigorta, Ekonomik büyüme, VAR

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Giriş

Amerikan Risk ve Sigorta Derneğine göre sigorta; “Tanımlanan kayıpların ödenmesi, kayıplar ile ilgili ortaya çıkabilecek diğer maddi hasarların karşılanması konusunda anlaşmaya varılmış sigorta kurumlarına transfer edilmesidir” (Rejda, 2008). Dorfman’a göre sigortanın tanımı; “Beklenmedik kayıpların maliyetlerinin dağılımını yeniden yapan finansal bir düzenlemedir” (Dorfman, 2002). Sigorta sektörü bireylerin yanı sıra şirketleri de ticari faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için çeşitli risklere karşı korumaktadır. (Insurance Europe, 2012).

Son on yılda finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine büyük önem verilmiştir (Baltensperger and Bodmer, 2011). Çalışmaların çoğu bankacılık sektörü ve menkul kıymetler piyasaları ile ilgilidir. Sigorta sektörü istisnai bir şekilde anılmamıştır. Brainard'a göre (2008), bankacılık, sigorta ve menkul kıymetler piyasaları yakından ilişkili olmasına rağmen, sigorta biraz farklı ekonomik işlevler gerçekleştirir. Bu açıdan özel bir dikkat ve analiz gerektirmektedir. Sigorta sektörü ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki, son araştırmalarda bilim adamları arasında artan bir ilgi görmüştür. Sigorta-büyüme bağı araştırması, bu değişkenler arasındaki ilişki hakkında sonuçsuz bir açıklama yaptı. Araştırmacılar nedenselliğin doğası üzerinde, sigorta gelişiminin ekonomik büyümeye mi yoksa ekonomik büyümenin mi sigorta sektörüne mi yoksa her iki değişkenin birbirine mi neden olduğu konusunda tartışmışlardır.

Türkiye’de sigortacılık sektörü istenilen düzeyde değildir. Uluslararası sigorta piyasalarıyla karşılaştırıldığında kişi başı düşen prim üretimi ve üretilen primlerin milli gelir içindeki payı istenilen düzeyde değildir. Sigortacılık sektörü Türkiye’de ekonomik katkısının daha da artması için hem finansal piyasalar hem de devlet tarafından yoğun bir şekilde desteklenmelidir. Sigortacılık sektörünün canlanması ve tasarruf düzeyinin artırılması amacıyla Bireysel Emeklilik Sistemine devlet katkısı getirilmiştir. Türk ekonomisinin en büyük sorunlarından bir tanesi tasarrufların yetersiz olmasıdır. Tasarruf düzeyinin yetersizliğinden dolayı finansal piyasalar fon ihtiyaçlarını karşılayamamaktadırlar. Uygun ekonomik koşullar ve orta sınıfın gelir düzeylerindeki iyileşmeler Türkiye’de sigortacılık sektörünü de canlandırmıştır. Sigortacılık sektörü ekonomik ve sosyal hayatta güven unsuru tesis eder. Sigortacılık sektörü ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin bir göstergesidir.

Literatür

Ekonomik büyüme ile sigortacılık sektörü ilişkisini araştıran ilk çalışmalar 1980’li yılların ikinci yarısında yapılmaya başlanmıştır (Sarıoğlu ve Taşpunar, 2011). Son zamanlarda, sigorta sektörünün ekonomilerdeki rolü büyümüşür. Sigorta sektörünün gelişimi, ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisidir. Finans piyasalarının gelişimi ile ekonomik kalkınma ve gelişme arasındaki ilişki olup olmadığını araştıran çok sayıda çalışma bulunmaktadır.

Sigorta prim üretimi ile ekonomik büyüme ve kalkınma arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik yapılan literatür çalışmaları

irdelendiğinde genellikle pozitif ilişkinin tespit edildiği belirlenmiştir.

Ülkeler arasında araştırma sonuçlarının farklılıklarına rağmen, sigorta-büyüme ilişkisi üzerine yapılan son çalışmalarda bazı önemli bulgular ortaya konmuştur. Haiss ve Sumegi'nin çalışması (2008) Avrupa sigorta piyasasında sigorta yatırımlarının ve prim üretimlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Yazarlar, 1992’den 2005’e kadar panel veri analizi ile 29 Avrupa ülkesinin sigorta piyasasını dâhil etmişlerdir. Sonuçlar, hayat sigortasının AB-15 ülkelerinde, ayrıca Norveç, İsviçre ve İzlanda’da ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar, Orta ve Doğu Avrupa’dan yeni AB Üye Devletleri için sorumluluk sigortası için daha büyük bir etki bulmuşlardır.

Richterkova ve Korab (2013) yayınlanmış ve yayınlanmamış 10 çalışmayı kullanarak sigorta priminin ekonomik büyüme üzerindeki nedensel ilişkisini incelemiştir. Sonuçlar, sigortacılık faaliyetinin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisini doğrulamıştır. Yinusa ve Akinlo'nun çalışması (2011) 1986-2010 döneminde Nijerya’da sigorta ve ekonomik büyüme arasındaki hem uzun hem de kısa vadeli ilişkileri analiz etmiştir. Çalışma, sigorta gelişiminin ekonomik performansla eş bütünleştiğini bulmuştur. Ayrıca sonuçlar, hem fiziki sermaye hem de faiz oranlarının kısa vadede ekonomik büyüme üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu, fiziki sermaye ve enflasyonun ise ekonomik büyüme ile uzun vadede negatif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir. Verma ve Bala (2013), Hindistan’da hayat sigortası ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1990–1991’den 2010–2011’e kadar olan süre için incelemiştir. Çalışmanın bulguları, hayat sigortasının Hindistan’daki ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir. Zouhaier (2014) statik bir panel veri modeli kullanarak, 1990–2011 döneminde 23 OECD ülkesinin sigorta-ekonomik büyüme ilişkisi araştırmıştır. Temel bulgular, penetrasyon oranı ile ölçülen hayat dışı sigortanın ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisini ve yoğunluk ile ölçülen toplam sigorta ve hayat dışı sigortanın olumsuz etkisini göstermiştir. Akinlo ve Apanisil (2014) 1986-2011 döneminde Sahra altı Afrika’da sigorta ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Elde ettiği sonuçlar, sigortanın ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve önemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Cristea ve diğ. (2014) 1997 ve 2012 yılları arasında Romanya’da sigorta ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Yazarlar Pearson korelasyon katsayısını ve lineer regresyon denklemini kullanmışlardır. Sonuçlar, değişkenler arasında doğrudan etki ile önemli bir ilişki olduğunu göstermiştir. Olayungbo ve Akinlo (2016) 1970-2013 dönemi için sekiz Afrika ülkesinde sigorta ve ekonomik büyüme arasındaki dinamik etkileşimleri araştırmışlardır. Sigorta penetrasyonunu ekonomik büyüme için bir sigorta ölçüsü olarak kullanan araştırmacılar, Mısır için olumlu bir ilişki tespit ederken, Kenya, Mauritius ve Güney Afrika için kısa vadeli olumsuz ve uzun vadeli olumlu etkiler bulmuşlardır. Ayrıca Cezayir, Nijerya, Tunus ve Zimbabve için olumsuz etkiler tespit edilmiştir.

Granger nedensellik yöntemini kullanarak ekonomik büyüme ve sigortacılık sektörü arasındaki ilişkiyi pozitif bulan çalışmalar; Ward ve Zurbruegg (2000) 1961-1196 döneminde 9 OECD ülkesini çalışmasına dâhil etmişlerdir ve pozitif ilişki bulmuşlardır. Webb ve diğ. (2002) 55 ülkenin sigorta sektörünü analize dâhil etmişler ve pozitif ilişki bulmuşlardır. Zuo (2004) Çin sigortacılık sektörünü analize dâhil etmiş ve pozitif anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Kugler and Ofoghi (2005) İngiltere sigortacılık sektörü ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki tespit etmişlerdir. Köse ve diğ. (2008) 1981-2008 tarihleri arasında Türkiye’de ekonomik büyüme ile sigortacılık sektörü arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Arena (2008) 55 ülkeyi analize dâhil etmişler ve pozitif anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Han ve diğerleri (2010) 77 ülkenin sigorta piyasasını araştırmışlar ve ekonomik büyüme ile anlamlı ilişki bulmuşlardır. Njegomir ve Stojic (2010) Bosna Hersek, Hırvatistan, Makedonya, Sırbistan, Slovenya sigortacılık sektörünü analize dâhil etmişler ve pozitif anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Ege ve Saraç (2011) 29 ülkenin sigorta sektörüne yönelik yaptıkları çalışmada anlamlı ve pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Kjosevski (2011) Makedonya ekonomik büyüme ile sigorta piyasası arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır.

Ekonomik büyüme ile sigortacılık sektörü arasında herhangi bir etki tespit edemeyen çalışmalar; Hızlı (2007), Omoke (2012)

Sonuç olarak, bankacılık, sigortacılık ve menkul kıymetler piyasaları yakından ilişkili olmasına rağmen, sigorta sektörü son yıllarda yapılan çalışmalarda yoğun olarak kullanılmıştır. Araştırmacılar, sigortanın bankacılık ve menkul kıymetler piyasalarından biraz farklı ekonomik işlevler gerçekleştirdiğini ve özel dikkat ve analiz gerektirdiğini ileri sürmüşlerdir. Sigorta sektörünün rolünün ekonomik büyüme bağlamında tam olarak kabul edilmiştir. Yapılan çalışmaların tamamına yakınında sigortacılık sektörünün ekonomik kalkınmaya etkisi pozitif olarak bulunmuştur.

Veriler

Bu araştırma metodolojisi, Türkiye sigorta pazarının prim üretim büyüklüğü ve ekonomik büyümeyi gösteren göstergelere dayanmaktadır. Çalışmada ekonomik büyüme ile sigortacılık sektörü arasındaki ilişkiler Granger Nedensellik Testi ve VAR Modeli ile analiz edilmiştir. Analiz 2013:06-2021:06 yılları arası çeyrek dönemlik veriler kullanılarak yapılmıştır. Ekonomik Büyüme; GSYİH ile sigortacılık sektörü; H-PRİM, HD-PRİM ve T-PRİM değişkenleriyle temsil edilmiştir. Analizde kullanılan GSYİH değişkenleri T.C Merkez Bankası EVDS’den, H-PRİM, HD-PRİM ve T-PRİM değişkenleri Türkiye Sigorta Birliği’nden (TSB) elde edilmiştir.

Son zamanlarda yapılan çalışmalarda ve uluslararası istatistiklerde (Akinlo ve Apanisil, 2014; Cristea ve ark., 2014; Ndal, 2016; Zouhaier, 2014) sigortacılık alanında en çok kullanılan göstergeler sigorta penetrasyon derecesi olarak bilinen toplam primlerin GSYİH’ya oranı ve yoğunluk derecesi olarak bilinen sigortalı başına toplam primlerdir. Ekonomik büyüme, kişi başına düşen GSYİH göstergesi kullanılarak tahmin edilmiştir (Ohlan, 2017; Olayungbo ve Akinlo, 2016).

Çizelge 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenlerin Kodları
Table 1. The Codes of the Variables Used in the Study

GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
H-PRİM	Hayat Prim Üretimi
HD-PRİM	Hayat-Dışı Prim Üretimi
T-PRİM	Toplam Prim Üretimi

Yöntem

Sigortacılık sektörü göstergeleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Granger Nedensellik Testi ve VAR Modeli kullanılarak tahmin edilmiştir. Analiz edilen dönem boyunca sigorta geliştirme dinamiklerinin ve ekonomik büyüme göstergelerinin değerlendirilmesine olanak tanıyan tanımlayıcı istatistik analizleri kullanılmıştır. Yapılan çalışmaların genelinde sigortacılık ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri tespit etmek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi nedensellik hakkında hiçbir şey söylemediğinden, bu amaçla Granger (1969, 1980) nedensellik testi uygulanmıştır. Finansman ve büyüme arasındaki bağlantıyı konu alan çalışmalarda Granger testinin kullanıldığı görülmektedir.

Bu model sınırlama olmaksızın içsel değişkenler arasındaki dinamik ilişkileri tahmin etmek amacıyla Sims (1980) tarafından geliştirilmiş ve ekonomiye uyarlanmıştır. VAR yöntemi, birbiriyle alakalı zaman serileri tarafından oluşturulan sistemleri tahmin etmek ve aralarındaki dinamik etkileşimleri tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır (Gujarati, 2010). Toda ve Yamamoto (1995) seriler arasındaki nedensellik ilişkisini tespit etmek amacıyla 1995 yılında gecikmesi artırılmış VAR yöntemini bulmuşlardır. Bu çalışmada Toda ve Yamamoto tarafından geliştirilen gecikmesi artırılmış VAR yöntemi kullanılmıştır.

Durağanlık Analizi (Birim Kök Testi)

Bir zaman serisinin durağan olması o zaman serisinin ortalaması ve varyansı zaman içinde değişmiyor demektir. Aynı zamanda dönemler arasındaki ortak varyans sonuçları dönemler arasındaki uzaklığa bağlı çıkıyorsa bu zaman serisi durağandır. (Gujarati, 2009). “Genişletilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller-ADF)” testi serilerin durağanlığını tespit eden bir testtir. Serilerin durağan olup olmadığının belirlenmesinde yaygın olarak başvurulan testlerin başında gelmektedir (Davidson ve MacKinnon, 1999).

Belirli değişkenlerin birim köke sahip olup olmadığını kontrol etmeliyiz. Hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_0 : değişkenler durağan değildir veya birim köke sahiptir; alternatif hipotez

H_1 : değişkenler durağandır.

ADF, belirli değişkenlerin durağanlığı hakkındaki hipotezi %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde kontrol etmektedir. Ayrıca ADF testinde herhangi bir zaman serisine uygulanabilecek üç tür farklı koşul vardır. İlk olarak, süreç kesişimi içerir, ancak trend içermez. İkincisi, süreç kesişim ve trendi içerir. Üçüncüsü, süreç kesişim ve eğilim içermez. Tüm hesaplamalar ekonometrik yazılım Eviews v. 8.0 uygulanarak yapılmıştır.

ADF testine ait denklem aşağıdaki gibidir (Lee, 1997: 277):

$$\Delta Y_t = a + \gamma t + \rho Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \beta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

Denklemdede;

- Δ : Değişkenlere ait birinci farkları,
 Y_t : Analiz kapsamına dâhil edilen değişkenleri,
 k : Değişkenlerin gecikme uzunluklarını,
 ξ_t : Hata terimlerini ifade etmektedir.
 Y_t : Birim köke sahip olup olmadığını sıfır hipotezi ifade etmektedir.
 P : İstatistiksel olarak sıfırdan farklıysa, değişkenlerin birim kök içermediği yani durağan olduğu anlamına gelir ve H0 hipotezi reddedilir. Elde edilen sonuçta p sıfıra eşitse değişkenlerin durağan olmadığı veya birim köke sahip olduğu anlamına gelir ki bu durumda H0 hipotezi kabul edilir.

Durağan olmayan bir zaman serisi ile karşılaşılması durumunda, durağan hale getirilmeye kadar serilerin farkları alınır. “ $(\Delta = Y_t - Y_{t-1})$ ”. Durağan hale gelmesi için d kez farkı alınacak olan herhangi bir değişkenin, “ $I(d)$ ya da *d’inci dereceden bütünleşik*” bir süreç olarak adlandırılmaktadır. $I(d)$, değişkeninin d adet birim kökünün olduğu ifade edilir” (Lee, 1997:277).

Phillips ve Perron (1998) ise, parametrik olmayan birim kök testini geliştirmişlerdir. ADF ve PP tarafından geliştirilen birim kök testlerinin benzer yanı, zaman serilerinin birim köke sahip olup olmadığının test edilmesidir. Bu çalışmada serilerin durağanlığını test etmek için ADF yöntemi kullanılmıştır.

Vektör Otoregresif Modeli

Vektör Otoregresif (VAR) modelleri, birbirleriyle etkileşime giren değişkenler arasında var olan dinamik ilişkileri incelemek için zaman serisi araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, çoğu makroekonomik veya politika yapıcı kurum tarafından kullanılan önemli tahmin araçlarıdır. p değişkenli bir sistem için k gecikme sayısına sahip bir VAR modeli aşağıdaki gibi yazılabilir (Alper, 2005):

$$Y_t = A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_k Y_{t-k} + B X_t + \varepsilon_t$$

“ p sayıda eşitliğe sahip olan bu sistemde Y_t , p boyutlu içsel değişkenler vektörünü; A_1, A_2, \dots, A_k ve B , $p \times p$ boyutlu katsayılar matrisini; X_t , sabit terim, doğrusal trend ve kukla değişkenlerden oluşan p boyutlu deterministik

değişken vektörünü ve ε_t ise, p boyutlu tüm varsayımları sağlayan hata terimleri vektörünü temsil etmektedir” (Alper, 2005).

Eş Bütünleşme Analizleri ve Granger Nedensellik Testi

Sigorta penetrasyon ve ekonomik büyüme arasındaki öncü-gecikme ilişkisini incelemek için Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Bir değişkenin (sigorta penetrasyon) başka bir değişkene (ekonomik büyüme) neden olduğu söylenirse örneğin, sigortanın geçmiş değerleri mevcut ekonomik gelişme düzeyini tahmin etmede yardımcı oluyorsa nedensellik testi ile bu durum ortaya çıkartılır. Granger testi nedensel sıralama kavramına dayanmaktadır. Ayrıca, eğer ekonomik büyüme aslında sigortadaki değişikliklere neden oluyorsa, o zaman, ekonomik büyümenin geçmiş tarihi göz önüne alındığında, sigorta sektörünün değerleri tahmin edilebilir.

Granger Nedensellik testleri herhangi bir iki değişken arasında ilişki olup olmadığını veya bu ilişkinin varlığını ve aynı zamanda yönünü test etmek için kullanılmaktadır. Granger nedenselliği şu şekilde tanımlamıştır. “ Y ’nin öngörüsü, X ’in geçmiş değerleri kullanıldığında, X ’in geçmiş değerleri kullanılmadığı duruma göre daha başarılı ise X , Y ’nin Granger nedenidir. Eğer tanımlama doğru ise nedensellik ilişkisi $X \rightarrow Y$ şeklinde gösterilir” (Gujarati, 2009).

“Standart Granger nedensellik testi VAR modeline dayalıdır. VAR modeline dayalı Granger nedensellik testi seriler arasında eş bütünleşme olduğu durumlarda hatalı sonuçlar verebilir. Bu sorunu gidermek için VECM’nin tahmin edilmesi gerekir” (Engle and Granger, 1987). Nedensellik ilişkisi olmadığını tespit eden VECM standartlarında Granger nedensellik testi formülü aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$\Delta Y_t = a_0 + \sum_{t=1}^{p-1} a_{1t} \Delta Y_{t-1} + \sum_{t=1}^{p-1} a_{2t} \Delta X_{t-1} + \varphi_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_{1t}$$

$$\Delta X_t = \beta_0 + \sum_{t=1}^{p-1} \beta_{1t} \Delta Y_{t-1} + \sum_{t=1}^{p-1} \beta_{2t} \Delta X_{t-1} + \varphi_2 ECT_{t-1} + \varepsilon_{2t}$$

“ECT uzun dönem eş bütünleşme ilişkisinin kalıntılarını, ise hata terimini ifade etmektedir. VECM’ye dayalı Granger nedensellik testi hem kısa dönem hem de uzun dönem nedensellik ilişkisini test edebilmektedir. ECT_{t-1} VECM’e dayalı Granger nedensellik testinde X ’ten Y ’ye doğru nedensellik ilişkisini test edebilmek için Wald (f-testi) kullanılır. Uzun dönem nedensellik ilişkisini tespit edebilmek için t-istatistiğiyle kullanılır” (Yoo, 2009).

Çizelge 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Table 2. Descriptive Statistics

Analyze Dâhil Edilen Değişkenler	En Düşük Değer	En Yüksek Değer	Ortalama Değer	Standart Sapma	Zaman Serisi
GSYİH	20.842.792.000	33.529.893.000	27.482.821.970	3.004.468.470	33
H-PRİM	226.557.434	3.395.327.657	1.423.630.502	767.992.149	33
HD-PRİM	3.245.125	20.834.288.077	8.161.948.737	4.778.365.862	33
T-PRİM	524.607.376	24.229.615.734	9.585.579.239	5.523.927.329	33

Çizelge 3. Least Squares Sonuçları

Table 3. Least Squares Results

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOGH_PRIM	0,008915	0,139131	0,064076	0,9493
LOGHD_PRIM	-0,053838	0,053311	-1,009865	0,3109
LOGT_PRIM	0,176754	0,184181	0,959153	0,3454
C	11,03089	0,498045	41,11688	0,0000
R-squared	0,573497	Mean dependent var		14,03076
Adjusted R-squared	0,519376	S.D. dependent var		0,111411
S.E. of regression	0,077113	Akaike info criterion		-1,173611
Sum squared reside	0,171491	Schwarz criterion		-1,991117
Log likelihood	39,86460	Hannan-Quinn critter.		-1,111578
F-statistic	11,99816	Durbin-Watson stat		1,795691
Prob(F-statistic)	0,000015			

Çizelge 4. Augmented Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları

Table 4. Augmented Dickey Fuller (ADF) Unit Root Test Results

Değişkenler		ADF- Augmented Dickey Fuller				
		t-Statistic	Olasılık değerleri	Level (%1)	Level (%5)	Level (%10)
GSYİH	Kesişme + Seviye	-2,922252(2)	0,0059	-2,579222	-2,957757	-2,522999
	Kesişme + 1. Fark	-19,93973(1)	0,0001	-2,579222	-2,957757	-2,522999
	Trend ve Kesişme + Seviye	-17,39292(1)	0,0000	-3,295729	-2,559279	-2,219292
	Trend ve Kesişme + 1. Fark	-9,105922(2)	0,0000	-3,222979	-2,590522	-2,225223
	Yok + Seviye	-2,279121(2)	0,0015	-2,537120	-1,952910	-1,510011
	Yok + 1. Fark	-20,22957(1)	0,0000	-2,537120	-1,952910	-1,510011
H-PRİM	Kesişme + Seviye	-13,91525(2)	0,0000	-2,579222	-2,957757	-2,522999
	Kesişme + 1. Fark	-7,371552(3)	0,0000	-2,711357	-2,991029	-2,529905
	Trend ve Kesişme + Seviye	-13,52599(2)	0,0000	-3,209923	-2,573233	-2,221729
	Trend ve Kesişme + 1. Fark	-2,795971(7)	0,0255	-3,315235	-2,522022	-2,239592
	Yok + Seviye	-13,37991(2)	0,0000	-2,537120	-1,952910	-1,510011
	Yok + 1. Fark	-2,579053(5)	0,0009	-2,553952	-1,955591	-1,509792
HD-PRİM	Kesişme + Seviye	-9,151221(1)	0,0000	-2,570170	-2,952972	-2,521007
	Kesişme + 1. Fark	-5,235591(7)	0,0000	-2,752935	-2,999053	-2,529752
	Trend ve Kesişme + Seviye	-5,233959(7)	0,0012	-3,293209	-2,512199	-2,232079
	Trend ve Kesişme + 1. Fark	-5,599275(7)	0,0009	-3,315235	-2,522022	-2,239592
	Yok + Seviye	-9,299955(1)	0,0000	-2,533202	-1,952372	-1,510211
	Yok + 1. Fark	-5,529075(7)	0,0000	-2,559259	-1,955305	-1,509395
T-PRİM	Kesişme + Seviye	-5,939579(5)	0,0000	-2,723070	-2,995225	-2,522503
	Kesişme + 1. Fark	-2,595199(5)	0,0127	-2,723070	-2,995225	-2,522503
	Trend ve Kesişme + Seviye	-5,259921(7)	0,0012	-3,293209	-2,512199	-2,232079
	Trend ve Kesişme + 1. Fark	-3,072391(5)	0,0191	-3,273207	-2,502202	-2,229053
	Yok + Seviye	-2,255292(5)	0,0017	-2,550720	-1,955020	-1,509070
	Yok + 1. Fark	-2,570079(5)	0,0010	-2,550720	-1,955020	-1,509070

Bulgular

Kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Çizelge 2'de verilmiştir.

Türkiye'de 2013:06-2021:03 yılları arası GSYİH ortalama 27.487 milyon TL, H-PRİM ortalama 1.423 milyon TL, HD-PRİM ortalama 8.161 milyon TL, T-PRİM ortalama 9.585 TL olarak gerçekleşmiştir.

Bağımsız değişkenlerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi yapılmıştır. Öncelikle verilerimizin logaritmik dönüşümlerini yapmamız gerekmektedir. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları Çizelge 3'de verilmiştir.

Bağımsız değişkenlerimiz olan H-Prim, HD-Prim ve T-Prim olasılık değerleri 0,05'den küçük olduğu için anlamsızdır. Modelimizde Çoklu doğrusal bağıntı sorunu vardır. Dolayısıyla ele aldığımız modele dönüşüm uygulanmıştır.

CSUM ve CUSUM of Squares testleri değişkenlere ait yapısal bir kırılmanın olup olmadığını incelemektedir. Bu çalışmada geri dönüşlü artıkların karelerini kullanan ve yapısal kırılmaları tespit eden CUSUM ve CUSUM of Squares testleri yapılmıştır. Yapısal kırılmalarının tespit edilmesinde CUSUM of Squares testi CUSUM testine göre daha duyarlıdır. Bu çalışmada yapısal kırılmanın tespiti için her iki test sonuçlarına da bakılmıştır. Grafik 1'de CUSUM test sonuçları, Grafik 2'de CUSUM of Squares test sonuçları verilmiştir.

CSUM testi sonuçlarına bakıldığında (Grafik 1), grafiğimiz sınırların içerisinde olduğu için yapısal kırılma yoktur. CUSUM of Squares testi sonuçlarına bakıldığında (Grafik 1), 2018Q4 ile 2020Q2 tarihleri arasında yapısal kırılma vardır.

Zaman serisi değişkeninin de analiz dönemi içerisinde görülen yapısal değişiklikler biliniyorsa kurulan modele kukla(dummy) değişkenlerin eklenmesi ile birim-kök testi yapılmaktadır. Yapısal kırılmanın düzeltilmesi için "dummy" değişkeni oluşturulmuştur ve CUSUM of Squares Test sonucuna tekrar bakılmıştır.

Düzeltilme sonrası CUSUM of Squares Test sonuçlarına bakıldığında modelimizde yapısal kırılmanın olmadığı görülmektedir. Serilerdeki durağanlığın sınanması için ADF testleri kullanılmıştır. Serilerimizin durağan olup olmadığını anlamamız içinde grafiğini çizeriz.

Birinci grafiklerde değişkenlerimizin normal dağılımları yer almaktadır. İkinci grafiklerde ise değişkenlerin logaritmik dağılımları yer almaktadır. Üçüncü grafikler ise değişkenlerin birinci farkları alınarak oluşturulmuştur. Bütün grafiklere bakıldığında bu çalışmada ele alınan değişkenlerin sürekli artan ve azalan bir seyir halinde olduğu görülmektedir.

Serilerin durağan olup olmadığını tespit etmek amacıyla Augmented Dickey Fuller (ADF) testi yapılmıştır. Test sonuçları aşağıdaki Çizelge 4'te verilmiştir.

Birim kök testi sonuçları incelendiğinde t-Statistic sonucu mutlak değer olarak %1, %5, %10 anlamlılık

seviyelerinden büyükse serimiz durağandır. Aynı şekilde olasılık değerleri (Prob.) 0,05'ten küçükse serimiz durağandır. ADF testi yapılırken serilerimizin gecikme uzunluğu serbest bırakılmıştır. Tablodaki sonuçları hangi gecikme uzunluğunda yakaladığını t-Statistic sonuçları verilirken parantez içinde belirtilmiştir.

GSYİH serimizin t-Statistic sonuçları mutlak değer olarak %1, %5, %10 anlamlılık düzeylerinden daha büyüktür. Aynı şekilde olasılık değerlerinin tamamı 0,05'den küçüktür. GSYİH serimiz durağandır.

H-PRİM serimizin olasılık değerlerinin tamamı 0,05'ten küçüktür. T-statistic değerleri ise %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinden mutlak değer olarak daha büyüktür. H-PRİM serimiz durağandır. HD-PRİM serimizin olasılık değerleri 0,05'den küçüktür. Serimizin t-statistic değerleri %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinden mutlak değer olarak daha büyüktür.

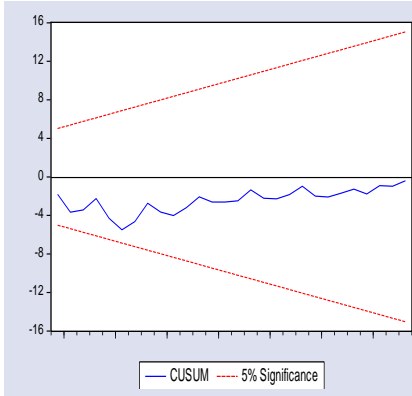
HD-PRİM serimiz durağandır. T-PRİM serimizin olasılık değerlerinin tamamı 0,05'den daha küçüktür. Serimizin t-statistic değerleri %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinden mutlak değer olarak daha büyüktür. T-PRİM serimiz durağandır.

Çizelge 5. Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi
Table 5. Determination of Appropriate Delay Length

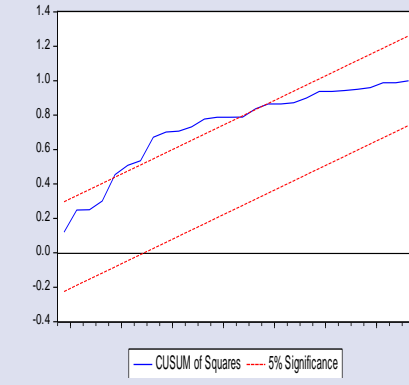
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-16,97606	NA	5,26e-05	1,498290	1,688605	1,556471
1	29,50283	76,35818	6,05e-06	-0,678774	0,272801	-0,387868
2	83,30117	73,01203	4,40e-07	-3,378655	-1,665821	-2,855024
3	125,3830	45,08771*	8,46e-08	-5,241645	-2,767551*	-4,485290
4	150,1129	19,43060	7,26e-08*	-5,865207*	-2,629853	-4,876127*

Çizelge 6. Granger Nedensellik Analizi Sonuçları
Table 6. Granger Causality Analysis Results

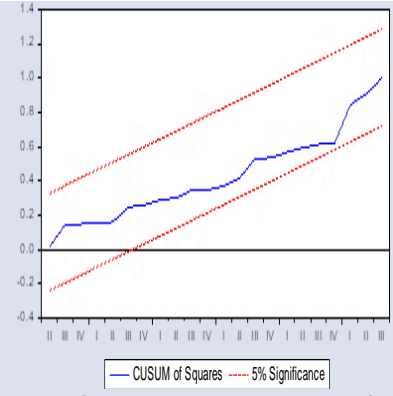
Bağımlı değişken: LOGGSYIHFARK					
Hariç tutulan	Chi-sq	df	Prob.		
LOGH_PRIMFARK	0,802886	4	0,8281	RED	
LOGHD_PRIMFARK	2,408818	4	0,4816	RED	
LOGT_PRIMFARK	1,558422	4	0,8263	RED	
Hepsi	62,60015	33	0,0000		
Bağımlı değişken: LOGH_PRIMFARK					
Hariç tutulan	Chi-sq	df	Prob.		
LOGGSYIHFARK	12,28040	4	0,0088	KABUL	
LOGHD_PRIMFARK	10,05065	4	0,0286	KABUL	
LOGT_PRIMFARK	11,28060	4	0,0226	KABUL	
Hepsi	80,26185	33	0,0000		
Bağımlı değişken: LOGHD_PRIMFARK					
Hariç tutulan	Chi-sq	df	Prob.		
LOGGSYIHFARK	41,28442	4	0,0000	KABUL	
LOGH_PRIMFARK	5,485452	4	0,2410	RED	
LOGT_PRIMFARK	6,865826	4	0,0862	RED	
Hepsi	85,65415	33	0,0000		
Bağımlı değişken: LOGT_PRIMFARK					
Hariç tutulan	Chi-sq	df	Prob.		
LOGGSYIHFARK	42,82565	4	0,0000	KABUL	
LOGH_PRIMFARK	6,224880	4	0,1822	RED	
LOGHD_PRIMFARK	8,621515	4	0,0452	KABUL	
Hepsi	120,6182	33	0,0000		



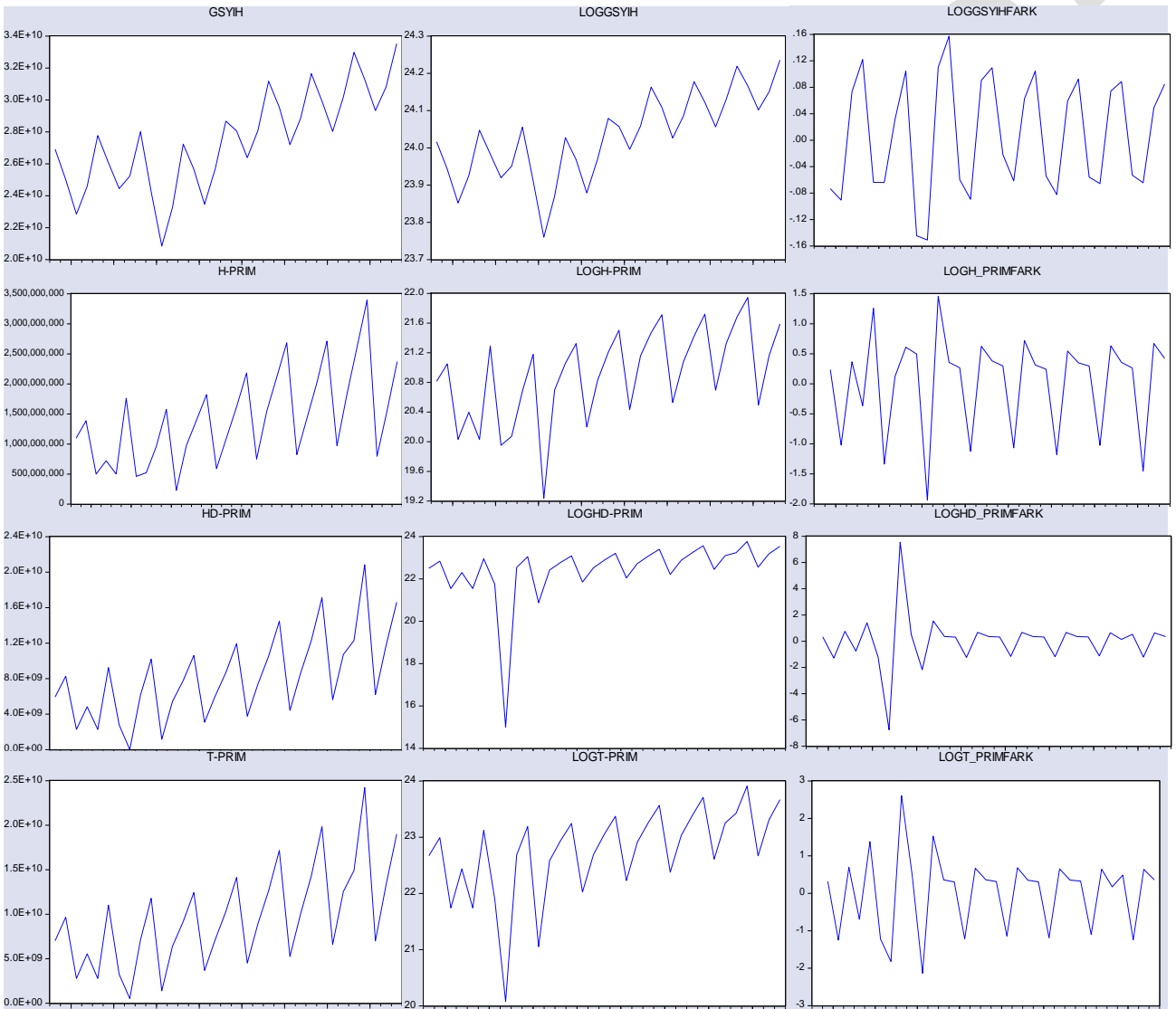
Grafik 1. CUSUM test sonucu
Graphic 1. CUSUM test result



Grafik 2. CUSUM of squares test sonucu
Graphic 2. CUSUM of squares test result



Grafik 3. Düzeltilmiş CUSUM of squares test sonucu
Graphic 3. Adjusted CUSUM of squares test result

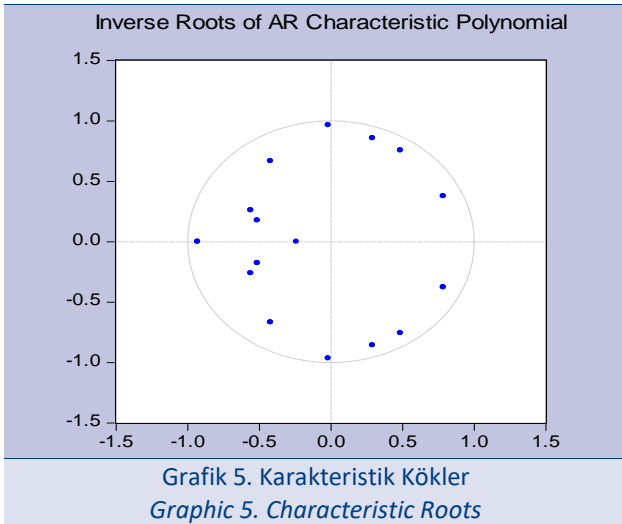


Grafik 4. Serilerin durağanlığının grafiksel gösterimi
Graphic 4. Graphical representation of the stationarity of the series

Değişkenler arasındaki eş bütünleşme olup olmadığının VAR karakteristik sonuçları ile eş bütünleşme ile elde edilen hata terimlerinin durağanlığı ile desteklemek gerekmektedir. Bu bağlamda Grafik 5’de VAR karakteristik kökleri verilmiştir. Bu sonuçta eş bütünleşme ilişkisinin varlığından söz

edebilmemiz için karakteristik köklerin mutlak değer olarak birden küçük olması gerekir.

Grafik 5 incelendiğinde birim çemberi içerisinde bütün karakteristik köklerin yer aldığı görülmektedir. Bu sonuç bize köklerin simetrik bir iz düşüme sahip oldukları ve aralarında eş bütünleşme ilişkisi olduğunu desteklemektedir.



Çalışmamızda çeyrek veriler kullanıldığı için en büyük gecikme uzunluğu 4 olarak seçilmiştir. Aynı zamanda Akaike (AIC), Hannan Quinn (HQ) ve Schwarz (SC) gibi kritik değerleri en küçük yapan gecikme uzunluğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Çizelge 5'teki sonuçlara bakıldığında, AIC ve HQ bilgi kriterlerinin gecikme sayısını 4 olarak verdikleri görülmektedir. Modelin gecikme uzunluğunun 4 olarak alınması uygun bulunmuştur.

Çizelge 6'da Granger testinin gecikme uzunlukları "4" olarak alınmıştır. Hayat sigorta prim toplamları Gayri Safi Yurt İçi Hasılanın granger nedeni değildir. Hayat-Dışı sigorta prim toplamları Gayri Safi Yurt İçi Hasılanın granger nedeni değildir. Toplam primler Gayri Safi Yurt İçi Hasılanın granger nedeni değildir.

GSYİH, Hayat prim üretiminin granger nedenidir. GSYİH, Hayat dışı prim üretiminin granger nedenidir. GSYİH toplam prim üretiminin granger nedenidir.

Sonuç

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'de sigortacılık ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri incelemektir. Son on yılda finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine büyük önem verilmiştir. Çoğu çalışma bankacılık sektörü ve menkul kıymetler piyasaları ile ilgilidir. Yerli literatüre bakıldığında sigorta sektörüne yönelik çalışmaların sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Bankacılık, sigorta ve menkul kıymetler piyasaları yakından ilişkili olmasına rağmen, sigorta biraz farklı ekonomik işlevler yerine getirir. Bu açıdan özel bir dikkat ve analiz gerektirmektedir.

Türkiye'de sigortacılık sektöründe prim üretimi yıllar itibarıyla artışlar göstermiştir. Bu prim artışında zorunlu sigortaların payı büyüktür. Konutlarla ilgili yapılacak resmi işlemlerde zorunlu deprem sigortası poliçesinin şart koşulması sigortalılık oranına olumlu katkı yapmıştır. Zorunlu trafik sigortasında yapılan denetimler sigortalılık oranına yansımaktadır. Özellikle bankaların kredi satışlarında istedikleri hayat sigortası ve diğer sigortalar da prim üretimine büyük katkı sağlamaktadır.

Son zamanlarda yapılan çalışmalarda ve uluslararası istatistiklerde (Akinlo ve Apanisil, 2014; Cristea ve ark., 2014; Ndal, 2016; Zouhaier, 2014) sigortacılık alanında en çok kullanılan göstergeler sigorta penetrasyon derecesi olarak bilinen toplam primlerin GSYİH'ya oranı ve yoğunluk derecesi olarak bilinen sigortalı başına toplam primlerdir. Ekonomik büyüme, kişi başına düşen GSYİH göstergesi kullanılarak tahmin edilmiştir (Ohlan, 2017; Olayungbo ve Akinlo, 2016).

Çalışmada GSYİH ile sigortacılık sektörü arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. 2013Q6 ile 2021Q6 dönemleri arasındaki çeyrek veriler kullanılmıştır. Çeyrek veriler öncelikle birim kök testi ile durağan hale getirilmiştir. Seriler durağanlaştırıldıktan sonra Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Yapılan analizde gecikme uzunluğu 4 olarak hesaplanmıştır. Sonuç olarak 2013Q6 ile 2021Q6 dönemleri arasında Türkiye ekonomisinde GSYİH ile sigortacılık sektörünün nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu dönem için GSYİH sigorta sektörünün prim üretimini desteklemiştir sonucu ortaya çıkmıştır. Literatürdeki çalışmaların tamamına yakını sigorta sektörü ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Bu çalışmadan çıkan sonuçlarda bunu desteklemektedir.

Extended Summary

While insurance companies provide protection functions, they contribute to economic growth through marginal capital efficiency, savings rates, and technological progress. Insurance companies cover the losses of the economic units that made a loss. These economic units, namely households or companies, can keep their financial positions in a certain balance by transferring different risks on them to insurance companies. Individuals who transfer some of the risk burdens on them will be willing to purchase goods or services of higher value. Thus, insurance causes increased demands that will stimulate production and employment and ultimately increase economic growth. In addition, businesses that transfer risks related to employee responsibilities, property, illnesses, injuries, and the lives of key personnel to insurance companies direct their resources and energies to their core activities. These businesses will dare to make real investments that can contribute highly to economic growth. Without the cooperation, pooling, and risk transfer mechanisms created by insurance companies, some financial activities will be incomplete, and the aim of achieving social welfare may be difficult. Because insurance encourages investment and innovation by creating an environment of security. Companies may need large amounts of provident funds if insurance is not covered. Adverse events will be particularly difficult for small and medium-sized businesses with very limited access to finance. By increasing the marginal efficiency of capital, insurance enables companies to secure themselves without the need for highly liquid funds to finance projects with high returns. Thus, insurance companies are willing to protect

funds to finance real investments that will generate economic growth.

Insurance is one of the cornerstones of modern life. Without insurance, today's society and economy can become inoperable in many ways. The insurance sector can be affected by political, economic, technological, climatic, etc. that may occur in daily life. It protects individuals or companies against risks. The share of the insurance sector in the financing of investments and the development of financial services in developing economies is increasing day by day. Insurance companies contribute to economic growth by transferring the premiums they collect to the capital market. In Turkey, the insurance rate and the premiums collected are increasing every year. The share of the insurance sector in the Turkish financial sector is around 4%. When we compare this rate with the world insurance sector, it is seen that it is not sufficient. However, the growth dynamic of the sector is relatively high in terms of the young population and new insurance branches in Turkey.

This study examines the relationships between the insurance sector and economic growth in Turkey. The relationship between economic growth and the insurance sector was analyzed with the VAR model and the Granger Causality Test. The analysis was made using quarterly data between 2013:06-2021:06. The variables of Gross Domestic Product and premium production of the life insurance branch, premium production of the non-life insurance branch, and total premium production were used in the analysis. GDP variables used in the analysis were obtained from the Central Bank of the Republic of Turkey EVDS, and the variables H-PRIM, HD-PRIM, and T-PRIM were obtained from the Insurance Association of Turkey (TSB).

Studies found a positive relationship between economic growth and the insurance sector using the Granger causality method; Ward and Zurbruegg (2000) included 9 OECD countries in the 1961-1996 period and found a positive relationship. Webb et al. (2002) included the insurance industry of 55 countries in the analysis and found a positive relationship. Zuo (2004) included the Chinese insurance industry in the analysis and found a significant positive relationship. Kugler and Ofoghi (2005) found a positive relationship between the UK insurance sector and economic growth. Kose et al. (2008) found a positive and significant relationship between economic growth and the insurance sector in Turkey between 1981 and 2008. Arena (2008) included 55 countries in the analysis and found a significant positive relationship. Haiss and Sümeği (2008) included 29 EU countries in the analysis and found a significant positive relationship. Han et al. (2010) investigated the insurance market of 77 countries and found a significant relationship with economic growth. Njegomir and Stojic (2010) included the insurance sector of Bosnia and Herzegovina, Croatia, Macedonia, Serbia, and Slovenia in the analysis and found a significant positive relationship. Ege and Saraç (2011) found a significant and positive relationship in their study on the insurance sector of 29 countries. Kjosevski (2011)

found a positive relationship between the Macedonian insurance market and economic growth.

The insurance sector is an essential source of savings for countries. Funds collected as insurance premiums are very important for the deepening of the financial economy. Today, developed countries are saturated in terms of insurable potential. As a matter of fact, the sector tends to grow rapidly, especially in emerging markets such as Turkey. So much so that the orientation of multinational insurance companies to developing markets is increasing, and institutionalization efforts continue in these countries. Ultimately, it can be said that the level of economic development of a country and the distance taken in the insurance sector is in the same direction. In this study, the insurance sector in the world and in Turkey was examined in general terms, and the causality relationship between the insurance sector and economic growth in Turkey was investigated with an econometric method. According to the results obtained, the insurance sector and economic growth are related both in the long run and the short run in Turkey. Accordingly, developments in the insurance sector will have a positive impact on economic growth.

As a result, the insurance sector has critical importance in terms of deepening the capital markets. In addition, the collapse of the social security system in Turkey, the economic difficulties of the retirees, and perhaps the problems in the health system are due to the fact that the insurance culture has not developed in our country, except for branches that have legal obligations. Nevertheless, as Turkey progresses economically, the insurance sector will also go a long way in line with this development. As a matter of fact, although insurance awareness has not yet been formed in Turkey and there are socio-psychological obstacles to the spread of insurance, the Turkish insurance industry has a potential that is open to development. Because the Turkish insurance market has not yet reached saturation. Certainly, policymakers should pave the way for the sector by making structural and remedial decisions to take care of this progress, which is expected to be compatible with the general course of the economy.

A positive and unidirectional relationship was determined between the insurance sector premium production and economic growth. Economic growth positively affects the premium production in the insurance sector, likewise, the premium production in the insurance sector is the cause of economic growth. Series First, the ADF test was made stationary. After the series were made stationary, the Granger causality test was applied. In the Granger causality test, the lag length was chosen as 4. As a result, causality relationship between GDP and insurance sector in the Turkish economy between 2013Q6 and 2021Q6 periods was found. The result was that GDP for this period supported the premium production of the insurance sector. Almost all of the studies in the literature have found a positive and significant relationship between the insurance sector and economic growth. The results from this study support this.

Kaynaklar

1. Akinlo, T., Apanisile, O.T. (2014). Relationship between insurance and economic growth in Sub-Saharan African: A panel data analysis. *Modern Economy*, 05(02): 120–127. doi:10.4236/me.2014. 52014
2. Alper, A.M. (2005). İşçi Dövizlerini Belirleyen Makro Ekonomik Etkenler: Türkiye Örneği, T.C. Merkez Bankası, Uzman Yeterlilik Tezi. Ankara.
3. Arena, M. (2008). Does Insurance Market Activity Promote Economic Growth? A Cross-Country Study for Industry allied and Developing Countries. *The Journal of Risk and Insurance*. 75(4): 921-946.
4. Baltensperger, E., Bodmer. F. (2011). The Social and Economic Value of Insurance: A Primer, <http://www.zurich.com/internet/main/SiteCollectionDocuments/insight/social-and-economic-value.pdf> (Access Date: July 2021).
5. Brainard, L. (2008). What is the role of insurance in economic development? https://www.draudimas.com/allpics/What_is_the_role_of_economic_development.pdf (Erişim Tarihi: 10 Ekim 2021).
6. Chetty, R., Looney, A. (2006). Consumption Smoothing and the Welfare Consequences of Social Insurance in Developing Economies, *Journal of Public Economics*, 90: 2351-2356
7. Cristea, M., Marcu, N., Carstina, S. (2014). The relationship between insurance and economic growth in Romania compared to the main results in Europe— A theoretical and empirical analysis. *Procedia Economics and Finance*, 8:226–235.
8. Çekici, E.M., İnel, M.N. (2013). Türk Sigorta Sektörünün Direkt Prim Üretimlerinin Tahmin Teknikleri ile İncelenmesi, *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B. Dergisi*, Yıl 2013, Cilt XXXIV, Sayı I, S. 135-152
9. Davidson, R., Mackinnon, J.G. (1999). *Econometric Theory and Methods*. England: Oxford University Press.
10. Dorfman, M. (2002). *Introduction to Risk Management and Insurance*, (Seventh edition). New Jersey: Prentice Hall.
11. Ege, İ., Saraç, T.B. (2011). The Relationship between Insurance Sector and Economic Growth: An Econometric Analysis. *Int. J. Eco. Res.* 2(2): 1-9.
12. Engle, R.F., Granger, C.W.J. (1987). Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing, *Econometrica*, 55: 251-276.
13. Gujarati, D.N. (2009). *Temel Ekonometri*, (Şenesen, Ü. and Şenesen, G.G., çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
14. Gujarati, D.N. (2010). *Temel Ekonometri (Çev. Ümit Senesen ve Gülay Günlük Senesen)*, Yedinci Basım, İstanbul: Literatür Yayınları.
15. Haiss, P., Sümegi, K. (2008). The Relation Ship between Insurance and Economic Growth İn Europa: A The Oreticaland Empirical Analysis. *Empirica*. 35: 405-431.
16. Han, L. (2010). Insurance Development and Economic Growth. *Palgra ve Journals*. 35: 183-199.
17. Hızlı, P.B. (2007). Sigorta Sektörünün Gelişimi, Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
18. Hussels, S., Ward, D., Zurbruegg, R. (2005), Stimulating the demand for insurance, *Risk Management and Insurance Review*, vol.8. no. 2. p. 257-278
19. Insurance Europe. (2012). How insurance Works, <http://www.insuranceeurope.eu> (Access Date: December 2014).
20. Karaman, D. (2013). Sigortacılık, Beta Yayınevi, 3. Baskı, İstanbul. 49-55
21. Kjosevski, J. (2011). Impact of Insurance on Economic Growth: The Case of Republic of Macedonia. *European Journal of Business and Economics*. 4: 34-39.
22. Köse, A. (2008). Türk Sigorta Sektöründe Prim Üretimi ile Ekonomik Büyüme Arasında Eş bütünleşme Testi. *TSEV*. 1-14.
23. Kugler, M., Ofoghi, R. (2005). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from the UK. Retrieved: <http://repec.org/mmf05/paper8.pdf> (07.02.2013).
24. Kwiatkowski, D., Phillips, P.C.B., Schmidt, P., Shin, Y. (1992). Testing the Null Hypothesis of a Unit Root: How Sure Are We that Econometric Time Series Have a Unit Root? *Journal of Econometrics*, 54: 159-178.
25. Lee, U. (1997). Stock Market and Macroeconomics Policies: New Evidence from Pacific Basin Countries. *Multinational Finance Journal*, 1(4): 273-289.
26. Njegomir, V., Stojic, D. (2010). Does Insurance Promote Economic Growth: The Evidence from ExYugoslavia Region. *Ekonomskamisao i praska*. 19: 31-48.
27. Olayungbo, D.O., Akinlo, A.E. (2016). Insurance penetration and economic growth in Africa: Dynamic effects analysis using Bayesian TVPVAR approach. *Cogent Economics and Finance*, 4: 1–19.
28. Omoke, P.C. (2012). Insurance Market Activity and Economic Growth: Evidence from Nigeria. *Asian Economic and Financial Rewiev*.1(4):245-253.
29. Phillips, P.C., Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, 75: 335- 345.
30. Poposki, K. (2001). Globalization of the Insurance Industry and Emerging Markets, *International Statistical Institute*.
31. Rejda, G.E. (2008). *Principles of Risk Management and Insurance*. Addison Wesley.
32. Richterova, Z., Korab, P. (2013). Impact of insurance sector activity on economic growth—A meta-analysis. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(7): 2677–2683.
33. Sarıoğlu, E., Taşpunar, S. (2011). Does Insurance Sector Affect the Economic Growth and Financial Development? Some Evidence from Turkey, *Uluslararası Finans Sempozyumu Bildiriler Kitabı 2011*, İstanbul.
34. Sims, C.A. (1980), *Macroeconomics and Reality*, *Econometrica*, 48(1): 1-48
35. Thorburn, C. (2008). Insurers: Too Many, Too Few, or “Just Right”? Initial Observations on a Cross-country Dataset of Concentration and Competition Measures”, *World Bank Policy Research Working Papers*, No: 4578, March.
36. Toda, H.Y., Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector auto regressions with possibly integrated process. *Journal of Econometrics* 66: 225–250.
37. Verma, A., Bala, R. (2013). The relationship between life insurance and economic growth: Evidence from India. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3(4): 413–422.
38. Ward, D., Zurbruegg, R. (2000). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from OECD Countries. *The Journal of Risk and Insurance*. 67(4): 489-506.
39. Webb, I.P. (2002). The Effect of Banking and On the Growth of Capita and Output. *Center for Risk Managment and Insurance Working Paper*. 02-1: 1-38.
40. Yinusa, O., Akinlo, T. (2013). Insurance development and economic growth in Nigeria, 1986–2010. *Journal of Economics and International Finance*, 5(5): 218–224. doi:10.5897/JEIF2013.0498
41. Yoo, S.H. (2006). The Causal Relationship Between Electricity Consumption and Economic Growth in the ASEAN Countries, *Energy Policy*, 34: 3573–3582.
42. Zou, H. (2004) The Corporate Purchase of Property Insurance: Chinese Evidence, *J Finans Intermed* 15(2): ss.165-196
43. Zouhaier, H. (2014). Insurance and economic growth. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(12): 102–112.



The Effect of Globalization on Poverty: The Case of Turkey

Gökhan Ersoy^{1,a,*}, Başak Karşıyakalı^{2,b}

¹Department of Economics, Institute of Social Sciences, DEU

²Department of Economics, FEAS, DEU

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 03/12/2021
Accepted: 20/01/2022

Acknowledgement

#This study is a part of master's thesis.

ABSTRACT

The expansion of the sphere of influence of the globalization process has been along with the neo-liberal policies implemented after 1980. The development of transportation, the widespread use of information and communication technologies such as communication, electronics, internet, transportation, the ease of access to information and the cheapening of these services have led the service sector to become prominent worldwide and become an essential component of economic income. Although this situation contributed to the increase of capital mobility in financial markets, the deepening and development of banking and financial markets, caused the economies to become more sensitive to the crises and shocks it brought. With this process, poverty has affected many people and the income inequality between the rich and the poor has gradually increased. The effects of globalization on poverty are a frequently discussed issue in the economics literature. However, when the literature is examined, it is observed that the results obtained are not the same. While some authors claim that globalization reduces poverty, others claim the other way round. The purpose of this study is to investigate the effects of economic globalization, political globalization and social globalization, which are sub-components of the KOF globalization index, and foreign direct investments on poverty (per capita household final consumption expenditure) in Turkey between 1980-2018, using time series econometrics. For this purpose, first unit root tests were performed to determine the stationarity of the series, then two-step Engle-Granger cointegration tests were performed using the Gregory-Hansen cointegration test. According to the findings obtained from the time series analysis, political globalization does not affect poverty. On the other hand, while FDI and social globalization reduce poverty, economic globalization increases poverty

Keywords: Globalization, Poverty, Foreign direct investment, KOF index, Time series analysis

Küreselleşmenin Yoksulluk Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği

Süreç

Geliş: 03/12/2021
Kabul: 20/01/2022

Bilgi

#Bu çalışma yüksek lisans tezinin bir parçasıdır.

ÖZ

Küreselleşme sürecinin etki alanının genişlemesi 1980 sonrası uygulanan neo-liberal politikalar ile birlikte olmuştur. Taşımacılığın gelişmesi, iletişim, elektronik, internet, ulaşım gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bilgiye erişimin kolay hale gelmesi ve bu hizmetlerin ucuzlaması, hizmet sektörünün dünya genelinde öne çıkarak ekonomik hasılanın önemli bir bileşeni haline gelmesine neden olmuştur. Bu durum mali piyasalarda sermaye hareketliliğinin artmasına, bankacılık ve finans piyasalarının derinleşmesine ve gelişmesine katkı sağlamış ancak beraberinde getirdiği krizler ve şoklar ile ekonomilerin daha hassas hale gelmesine neden olmuştur. Yaşanan bu süreç ile birlikte yoksulluk çok sayıda insanı etkiler hale gelmiş ve zengin kesim ile yoksul kesim arasındaki gelir eşitsizliği giderek artmıştır. Küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkileri iktisat yazınında sıkça ele alınan bir konudur. Ancak literatür incelendiğinde elde edilen sonuçların aynı olmadığı izlenmektedir. Kimi yazarların iddiaları küreselleşmenin yoksulluğu azalttığı yönündeyken, kimi yazarlar aksini savunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 1980-2018 yılları arasında KOF küreselleşme endeksinin alt bileşenleri olan ekonomik küreselleşme, politik küreselleşme ve sosyal küreselleşme ile doğrudan yabancı yatırımların, yoksulluk (kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması) üzerindeki etkisini zaman serisi ekonometrisinden yararlanarak araştırmaktır. Bu amaçla çalışmada ilk olarak birim kök testleri yapılarak serilerin durağanlığının tespit edilmiş ve sonra Gregory-Hansen eş bütünleşme testi ile iki aşamalı Engle-Granger eş bütünleşme testleri yapılmıştır. Zaman serisi analizinden elde edilen bulgulara göre politik küreselleşme yoksulluğu etkilememektedir. Buna karşın DYY ve sosyal küreselleşme yoksulluğu azaltırken, ekonomik küreselleşme ise yoksulluğu arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Yoksulluk, Doğrudan yabancı yatırımlar, KOF endeksi, Zaman serisi analizi

Copyright

This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

^a ersoy.gokhan@gmail.com

^b <https://orcid.org/0000-0001-8351-3511> | basak.kacmaz@deu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3835-0175>

How to Cite: Ersoy G, Karşıyakalı B. (2022) The Effect of Globalization on Poverty: The Case of Turkey, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 502-517

Giriş

1980'li yıllarda tüm dünyada yayılan küreselleşmenin verimliliği ve ekonomik büyümeyi arttıracığına (Dollar, 1992; Borensztein ve ark., 1998) dair egemen görüşe rağmen küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkisi net değildir. Olası etkiler literatürde iki zıt görüş çerçevesinde tartışılmaktadır (Harrison, 2007). Küreselleşme yanlısı yaklaşımlara göre, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler büyüme ve kalkınma süreçlerinde karşılaştıkları kaynak yetersizliklerini küreselleşmenin sağlayacağı dış kaynak, teknolojik bilgi ve sermaye transferi gibi avantajlarla (Tezer, 2021, 503) gidererek ulaştıkları büyümeyi yoksulluğun azaltılmasında kullanırlar (Dollar, 2001: 2). Böylece serbestleşme ve dış açılma politikaları uzun dönemde yoksulluğu azaltır (Dollar ve Kraay 2002:198). Karşıt yaklaşımlara göre ise serbest ticaret aracılığıyla gelişmekte olan ülkelere yönelen uluslararası firmalar bu ülkelerdeki zayıf teknolojiye sahip küçük kapasiteli üretim sektörlerini rekabet ortamında yenererek piyasaları kendi lehlerine dönüştürmekte ve bu ekonomileri ithalata bağlı kılarak ülkede işsizliğin, eşitsizliğin ve yoksulluğun daha da derinleşmesine neden olmaktadırlar (Sanjar ve Şengür, 2019: 107).

Ekonomik küreselleşmenin önemli göstergelerinden biri ihracat ve ithalat toplamalarının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya (GSYH) oranı şeklinde hesaplanan ticari açıklıktır. Ticari açıklık oranı 1980'lerde dünya genelinde %38, Türkiye'de ise %30 düzeyindeyken küreselleşmenin hız kazanması ile birlikte artış göstermiş ve son on yılda (2010-2020) dünyada %58'e ülkemizde ise %54'e çıkmıştır (World Bank, 2021). Bir başka küreselleşme göstergesi olan doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişleri, 1970-2019 döneminde dünya genelinde ortalama %15 ve Türkiye'de ise ortalama %38 artmıştır. 2015 yılında dikkat çekici bir artışla 2 trilyon dolarlık hacime ulaşan DYY'lerin önemli bir bölümünün (son on yılda ortalama %42'sinin) gelişmekte olan ülkelere yöneldikleri anlaşılmaktadır (UNCTAD, 2021). Önemli bir hacme ulaşan bu ticari faaliyetlerin Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yoksul kesimle birlikte tüm toplumun refahı üzerinde olumlu etkiler yapması beklenmektedir.

Tüm bu gelişme ve beklentilere paralel olarak dünyada yoksulluk ve yoksulluk açığı oranlarının zamana bağlı olarak düştüğü görülmektedir. Günde 1,9 doların altında gelir elde eden yoksul bireyler 1980'li yıllarda dünya nüfusunun ortalama %39'unu oluştururken günümüzde bu oran %12'ye kadar inmiştir. Aynı dönemlerde günde 3,2 doların altında gelir elde edenlerin dünya nüfusuna oranı %57'den %29'a ve günde 5,5 doların altında gelir elde edenler ise %67'den %48'e düşmüştür. 1980'lerden bu yana yoksulluk oranlarında gözlemlenen bu olumlu tabloya rağmen dünyada halen 1,8 milyar kişi (2017 yılı itibariyle) ve ülkemizde de 1,8 milyon kişi (2019 yılı itibariyle) 3,2 doların altında gelir elde ederek yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır (World Bank, 2021).

Yoksulluk araştırmalarının iktisat temelinde gelişmiş olmasından dolayı, yoksulluk göstergesi olarak ekonomik

kıstaslar ön plana çıkmış olsa da yoksulluk, sosyal hatta siyasal kıstasların da içinde olduğu bir göstergeler yelpazesidir (Şenses, 2003: 61-62). Bu bağlamda ortaya konulan göstergelerinden biri olan çok boyutlu yoksulluk endeksi de yoksulluk oranlarındaki azalışa rağmen dünya genelinde yoksul sayısının hala çok önemli boyutlarda olduğunu doğrular niteliktedir. Gelişmekte olan ülkelerde 1,3 milyar kişi (nüfusun %22'si) çok boyutlu yoksulluk içinde yaşamlarını devam ettirmeye çalışmaktadır (UNDP, 2020: 3). Yoksul birey sayısındaki yüksekliğin devam ediyor olması bu alanda araştırma yapmayı ve bu sorunun çözümünü zorunlu hale getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı Türkiye'de küreselleşmenin yoksulluk üzerine etkisini zaman serisi yöntemi ile analiz etmektir. Ülkemizde yoksul birey sayısı kesikli olarak hesaplanmaktadır. Yoksul birey sayısına düzenli ve kıyaslanabilir verilerle ulaşamıyor olmasından dolayı literatürde yapılan zaman serisi analizleri oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda kişi başına tüketim harcamalarının, yoksulluk göstergesi şeklinde vekil değişken (proxy) olarak kullanılması çalışmanın önemini ve farkını ortaya koymaktadır. Çalışmada öncelikle küreselleşme ve yoksulluk kavramları ele alınmış akabinde küreselleşme ve yoksulluk ilişkisi değerlendirilerek literatürde yer alan ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Ardından 1980-2018 yılları arasında Türkiye'de küreselleşme sürecinin yoksulluğu çeşitli boyutları ile nasıl etkilediğini tespit etmek amacı ile ampirik analiz yapılmıştır.

Küreselleşmenin Tanımı ve Boyutları

Küreselleşme kavramının açıklanmasına yönelik birçok tanım yapılmış olmakla birlikte literatürde sunulan tanımlar üzerinde görüş birliği sağlanamamıştır. Kavramı tanımlayan kişilerin sosyal bilimlerin farklı alanlarından olması, ideolojileri, değerlendirme kıstasları ve dünya görüşlerinin farklı olması ortak bir tanım yapılamamasının nedenlerindedir.

Küreselleşme; ulusların ekonomik, politik, sosyal, kültürel ve diğer ilgili sistemlerinin dünya-sistem bağlamında entegre olma sürecidir (Clark ve Knowles, 2003: 368). Küreselleşme, giderek bütünleşen bir dünyada bireylerin, toplulukların ve milletlerin daha bağımlı hale geldiği bir süreçtir (Giddens, 2008: 84). Küreselleşme ile birlikte dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşanan ekonomik, siyasal, kültürel veya teknolojik bir gelişmenin dünyanın diğer bölgelerinde de önemli etkiler ve sonuçlar yaratma ihtimaline zemin hazırlanmıştır (Keyman ve Dural, 2013: 26).

Küreselleşme, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak, kapitalizmin geçirdiği nitelik dönüşümüdür (Kepenek, 1990: 26). Neo-liberal ideolojinin bir söylemi olan küreselleşme, uluslararası ekonomiyi meydana getiren sosyal ve iktisadi unsurların hem birbirleriyle hem de dünya piyasalarıyla giderek eklemlenmesidir (Yeldan, 2004: 428-429).

Çizelge 1. KOF Küreselleşme Endeksinin Bileşenleri ve Ağırlıklar

Table 1. Components and Weights of the KOF Globalization Index

A. Ekonomik entegrasyon verileri	%36
1) Cari akımlar	%50
Ticaret (GSYH yüzdesi)	%21
DYY stokları (GSYH yüzdesi)	%27
Portfolyo yatırımları (GSYH yüzdesi)	%24
Yabancı uyruklulara gelir ödemeleri (GSYH yüzdesi)	%27
2)Sınırlamalar	%50
Gizli ithalat engelleri	%24
Ortalama tarife oranları	%28
Uluslararası ticarete vergiler (cari gelir yüzdesi)	%26
Sermaye hesabı sınırlamaları	%22
B. Politik anlaşma verileri	%26
Ülkedeki elçilikler	%25
Uluslararası organizasyonlara üyelik	%28
BM Güvenlik Konseyi misyonlarına katılım	%22
Uluslararası anlaşmalar	%25
C. Sosyal küreselleşme verileri	%38
1) Bireysel iletişim verileri	%33
Yurtdışına telefon trafiği	%25
Transferler (GSYH yüzdesi)	%4
Uluslararası turizm	%26
Yabancı nüfus (toplam nüfusun yüzdesi)	%21
Uluslararası mektuplar (kişi başına)	%24
2) Bilgi akımı verileri	%35
İnternet kullanıcıları (1000 kişiye düşen)	%36
Televizyon (1000 kişiye düşen)	%37
Gazete ticareti (GSYH yüzdesi olarak)	%27
3) Kültürel yakınlık verileri	%32
McDonald's lokanta sayısı (kişi başına düşen)	%45
Ikea sayısı (kişi başına düşen)	%45
Kitap ticareti (GSYH yüzdesi olarak)	%10

Kaynak: KOF Swiss Economic Institute, 2020. Not: *BM; Birleşmiş Milletler, *YU; Yabancı Uyruklu

1860'lı yıllardan günümüze varlığını sürdüren birtakım farklı uluslararası ekonomi konjonktürlerinden biri olarak tanımlandığında küreselleşme, ülkeler arasında büyük ve zamanla artan bir ticaret ve yatırım akışının sağlandığı uluslararası açık bir ekonomidir (Hirst ve Thompson, 2003: 26). Küreselleşme, uluslararası ticaretteki yayılmayı ve sınırlar arası parasal akımların artmasını sağlayarak şirketlerin birleşmelerine ve çok uluslu şirketlerin oluşumuna zemin hazırlamıştır (Winham, 1996: 639).

Küreselleşme çok boyutlu bir kavram olup ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik alanların etkileşime girmesi sonucunda şekillenir. Küreselleşme olgusunun analizi için her bir boyutun incelenmesi önem arz eder (Aktel, 2001: 196; Bayar, 2008: 27). Ekonomik küreselleşme, dünyanın tek bir pazarda bütünleşmesini yani ülke ekonomilerinin dünya ekonomisine eklenmesini ifade eder. Bir başka deyişle ekonomik küreselleşme, emek, sermaye ve mal hareketliliğinin artmasıyla yoğunlaşan ekonomik ilişkiler sonucu ülkelerin birbirine daha fazla yaklaşması anlamına gelir. İlişkilerin yoğunlaşmasıyla mal ve sermaye dolaşımı dünya genelinde artmakta, teknolojiye dayalı üretim ve

işlemler gelişmiş ülkelerden, gelişmekte olan ülkelere akarak uluslararası bir nitelik kazanmaktadır. Haberleşme, ulaşım ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemelere ek olarak Dünya Ticaret Örgütü ve Uluslararası Para Fonu (IMF) gibi uluslararası kuruluşların çabalarıyla serbest piyasa ekonomisinin ön plana çıkması ekonomik küreselleşme için uygun ortamı hazırlar (Aktan, 2002: 2). Ekonomik küreselleşme üretim, finansal faaliyetler ve ticaretin küreselleşmesiyle ortaya çıkar (Seyidoğlu, 2003: 189).

Üretimin küreselleşmesi DYY'ler aracılığıyla gerçekleşir. Küreselleşme derecesi yüksek gelişmiş ülkelerin, DYY akış hacminin yüksek olması bunu doğrular niteliktedir. Örneğin 1990 yılında ABD'nin DYY akış hacmi 1,27 trilyon dolarken, 2009 yılı için bu hacim 7,42 trilyon dolara yükselmiştir (UNCTAD, 2021). Gelişmiş kapitalist ülkelerde karlı yatırım alanlarının azalması ve sermaye birikiminin aşırı artışı ile çok uluslu şirketler kar planlarını küresel düzeyde yapmaya başlamışlardır. 1980 sonrası özelleştirme hareketleriyle birlikte yabancı sermaye önündeki kısıtların çoğu kaldırılmıştır. 1990'lı yıllarda sermaye hareketlerinin serbestleşmesiyle önceki dönemlerde korumacı iktisat politikası uygulayan ülkeler de dâhil olmak üzere, birçok ülke DYY'yi kendi ülkesine çekebilmek için rekabet eder hale getirmiştir (Kazgan, 2009: 207-208).

Finansal küreselleşme, kısa ve uzun vadeli sermaye akımları için uygulanmakta olan engellerin ve kısıtlamaların kaldırılmasıyla yurt içi piyasaların dünya piyasalarıyla bütünleşmesinin sonucudur. Finansal küreselleşme 1980 sonrası yoğunlaşmıştır ve bu dönemde dünya tek bir finansal piyasa durumuna dönüşmüş ve sermayenin uluslararası alanda dolaşımında büyük artışlar olmuştur (Seyidoğlu, 2003: 190). Az gelişmiş ülkelerde finansal küreselleşme kısa vadeli sıcak paraya aşırı bağımlılık, spekülasyon hücum ve mali krizler şeklinde olumsuzlukların yaşanmasına neden olmuştur (Çelik, 2012: 70-71).

Ticari küreselleşme 1947'de kurulan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) çerçevesinde uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi için kotaların ve gümrük tarifelerinin kaldırılmasına dayanmaktadır. Bu süreçte gelişmiş ülkelerde iç pazarın doyması, bu ülkelerin dışa açılma arzusunu artırmış GATT çerçevesinde gerçekleşen uluslararası düzenlemelerin yanı sıra yaşanan teknolojik gelişmeler ile taşıma maliyetlerinin azalması ticari küreselleşmenin gelişmesine katkı sağlamıştır. Ticari küreselleşmenin gelişmesinde 1990'ların başında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla iki kutuplu dünyanın terk edilmesi ve hükümetlerin liberal ekonomik, politik tercihlerindeki artış da etkili olmuştur (Seyidoğlu, 2003: 189).

Küreselleşmenin bir başka boyutu sosyo-kültürel yaşamdır. Küreselleşme, genel itibarı ile batı düşüncesi ve kültürünün dünya geneline yayılmasını ifade eder (Manning, 1999: 137). İkinci Dünya Savaşı sonrası hâkim dünya düzenini tanımlayan Soğuk Savaş'ın 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılması ve sonraki yıllarda Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla sona ermesi, kapitalizm önündeki engelleri kaldırmış ve kültür olgusunun önemini arttırmıştır (Keyman, 2006: 6). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerin bir sonucu olarak, günümüz dünyasında

bireyler ve toplumlar arasında etkileşim hızlanmış, günlük hayatta medyanın etkisinin artması, yerel kültürleri etkileyerek, dünya algısının yönünü ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bu değişim sonucunda insanlara tek tip yaşam koşullarının dayatılması, tek tip ürünlerin dünyanın her yerinde tüketime sunulması ve farklı insanların tek tip değerler sistemi çerçevesinde yaşaması, küreselleşmenin sosyo-kültürel hayat üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmıştır (Aktel, 2001: 200; Elçin, 2012: 14). Diğer yandan sosyo-kültürel küreselleşme tüm dünyayı ilgilendiren insan hakları, çevrenin korunması, küresel ısınma ve terörizmle mücadele, salgın hastalıklar ve sivil toplum kuruluşları gibi konularda ülkelerin ortak bir paydada buluşmalarını da sağlamaktadır. İnsanlık için tehdit oluşturan bu tür konularda ülkelerin birlikte hareket etmesi, hem ülkelerin birbirlerini ve kültürlerini daha yakından tanımasına fırsat tanımakta hem de uzun dönemde dünya barışına katkıda bulunmaktadır (Aktan, 2002: 4).

Küreselleşmenin temeli, kapitalizm ve teknolojik yenilikler arasındaki etkileşim ile biçimlenmesine rağmen, politik boyutu da göz ardı edilemez. Politik küreselleşme, ortak kurallar ve çıkarlarla birbirine bağlanmış, ulus ötesi kurum ve birliklerin ortaya çıkışı olarak tanımlanabilir (Çalışır, 2009: 21). Günümüzde temel siyasal örgütlenme şekli olan ulus devletinin küreselleşme sürecinde otoritesinin kaybolması, zamanla yetkilerini ulus üstü kuruluşlara devretmesine neden olmuştur (İç duygu, 1995: 118). Bu kuruluşlar aracılığıyla uluslararası politik ve ekonomik iş birlikleri artırmış ve yoğunlaştırmıştır (Rennen ve Martens, 2003: 141-142).

Küreselleşmenin Ölçülmesi

Küreselleşmenin ölçülmesinde; DYY, ortalama gümrük tarife oranları, ticari açıklık ve bazı araştırmacılar tarafından geliştirilen endeksler kullanılmaktadır. Küreselleşme endeksleri hesaplanırken birçok alt bileşen kullanılarak küreselleşmenin ekonomik, politik ve sosyal boyutları da ölçülmeye çalışılmaktadır. Küreselleşmeyi ölçmek amacıyla geliştirilen endekslerin ilki 2001 yılında A.T. Kearney tarafından oluşturulan KFP (Foreign Policy Globalization Index) küreselleşme endeksidir. Bunu takiben 2002 yılında İsviçre Ekonomi Araştırmaları Enstitüsü tarafından KOF, 2004'de CSGR (The Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation), 2008'de MGI (The Maastricht Globalisation Index) ve 2010 yılında da NGI (New Globalization Index) küreselleşme endeksleri geliştirilmiştir. Bu endeksler küreselleşmenin varlığını ve derecesini ölçmek için kullanılan öncü endekslerdir (Martens ve ark., 2014: 218). Bu çalışmada küreselleşme göstergesi olarak DYY ve KOF Küreselleşme Endeksi kullanılmıştır. Bu bağlamda her iki unsurun ayrıntılı olarak ele alınması tercih edilmiştir.

Ülkelerin kalkınmalarında, sermaye birikimi ve tasarruflar en önemli unsurlardır. Küreselleşme süreci ekonomilerde tasarruf yetersizliklerinden kaynaklanan işsizlik ve yoksulluk gibi birçok sorunu ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunların çözümünde ekonomik ve

sosyal refah düzeyini artırmak, sürdürülebilir bir büyüme sağlamak için alternatif bir finansman kaynağı olarak DYY'ler küreselleşmenin ayrılmaz bir unsuru olarak büyük öneme sahiptir (Aytekin, 2019: 257). İkinci Dünya savaşı öncesi dönemde daha çok portföy yatırımları şeklinde gerçekleşmiş olan yabancı sermaye yatırımları için savaş sonrası dönemde DYY önem kazanmıştır. 1960 sonrasında çok uluslu şirketlerin faaliyetlerinin ortaya çıkışı ve uluslararası ticaretin gelişmesi, ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesini hızlandırmıştır. DYY'ler, 1980 sonrası dönemde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler açısından ilgi odağı haline gelmiştir (Hirst ve Thompson, 2003: 44, 46-47; Uras, 1979: 31). Özelleştirmeler ve artan serbestleşme nedeniyle DYY'ler yoksul ülkelere çok üst orta gelir düzeyine sahip olan ülkelere yönelmiştir (Kazgan, 2009: 210; OECD, 2010: 90).

KOF Küreselleşme Endeksi, küreselleşmeyi pek çok ülke için 1970 yılından bu yana ekonomik, sosyal ve politik boyutuyla sunan bileşik bir göstergedir. 2018 yılında yapılan güncelleme ile endeksin değişkenleri kırk üçe çıkarılmıştır (Gygli ve ark., 2019: 543-544). Aşağıdaki tabloda sunulan bu endeks yirmi üç alt endeksle bölümlendirilmiştir. Bu alt endekslerin sekizi ekonomik küreselleşmeyi, dördü politik küreselleşmeyi, on biri ise sosyal küreselleşmeyi, ölçmekte kullanılmaktadır. KOF Küreselleşme Endeksi'nde yer alan göstergeler ve alt endekslerin değerleri, değişik ağırlıklara sahiptir. Tüm değişkenler 1 ile 100 arasında değer alacak şekilde endekse dönüştürülür. Değişkenler için 100 en büyük, 1 ise en küçük değeri gösterir. Yüksek değere sahip olan endeks, küreselleşmenin de yüksek olduğunu ifade etmektedir (KOF Swiss Economic Institute, 2020).

Yoksulluk Tanımları ve Nedenleri

Zamana bağlı olarak değişen, göreceli, çok boyutlu ve disiplinler arası bir kavram olması sebebiyle yoksulluk tanımı üzerinde bir görüş birliği sağlanamamaktadır. Yoksulluk araştırmalarının iktisat temelinde gelişmiş olmasından dolayı, yoksulluk göstergesi olarak ekonomik kıstaslar ön plana çıkmış olsa da yoksulluk, sosyal hatta siyasal unsurların da içinde olduğu bir göstergeler yelpazesidir. Yoksulluk tanımları, farklı değerler sistemine sahip toplumlara ve zamana göre değişkenlik göstermektedir.

Yoksulluk konusunda hâkim yaklaşım, kökenleri 19.yy'ın sonlarında İngiltere'de yapılmış çalışmalara dayanan mutlak yoksulluktur. Buna göre yoksulluk; insanların ihtiyaçlarını karşılayabileceği yeterli miktarda kaynağa sahip olamamasıdır (Şenses, 2003: 61-63). Dünya Bankası'nın yoksulluk tanımı; aç olmak, barınma imkânı için gereken gelir düzeyine sahip olmamak, geçimini sağlamak için bir işe sahip olmamak, eğitim alamamak, hasta olduğu halde doktora gidememek ve gelecek kaygısı taşıyor olmaktır (Güler, 2011:87). Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'na (UNDP) göre yoksulluk; bireylerin sosyal olarak tanımlanan temel ihtiyaçlarını, yeterli gelire sahip olmadığından karşılayamamasıdır (Townsend, 2006: 5). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün tanımına göre ise

yoksulluk; temel ihtiyaçların karşılanmasında gelirin düşük veya yetersiz olması, altyapı ve sosyal güvencenin yetersiz kalmasıdır (Yar, 2015: 17). Tüm bu tanımlamalardan farklı olarak Amartya Sen, gelir miktarına göre yapılan tanımlara karşı çıkararak yoksulluğu, yapabilirlikten yoksunluk olarak ele almıştır. Bu görüş çerçevesinde yapabilirlik kavramı açlık, hastalık, kötü yaşam koşulları, eğitimsizlik gibi durumlardan kaçınılabilme yetisi olarak tanımlanmaktadır (Sen, 2004: 127).

Yoksulluğun çok boyutlu bir kavram olması, yoksulluğun nedenlerini de tek bir başlık altında açıklamayı zorlaştırmaktadır. Yapılan çalışmalarda, yoksulluğun nedenlerinin zaman içinde, ülkeden ülkeye ve ülke içinde değişiklik gösterdiği ayrıca eğitim ve gelir düzeyi, dünya görüşü, dini inanç, yaş, ırk, yerleşim yeri ve gelişmişlik düzeyine göre de farklılık taşıdığı tespit edilmiştir (Şenses, 2003: 146). Bu bağlamda yoksulluğa neden olan ekonomik, sosyal ve siyasal unsurlar farklı başlıklar altında, çok boyutlu olarak değerlendirilmektedir.

Sınırlı düzeyde ve istikrarsız büyüme ile adaletsiz gelir dağılımı yoksulluğun en önemli ekonomik nedenleridir. Gelir dağılımındaki eşitsizliğin artması, mevcut yoksulların durumlarının kötüleşmesine ve yeni yoksulların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu açıdan ele alındığında yoksulluk, bireylerin üretmiş olduğu toplumsal değerlerin az ya da çok olmasından ziyade üretilen toplumsal değerlerin bireyler arasında eşit olarak dağıtılmaması sonucunda ortaya çıkmaktadır (DPT, 2001: 103). Farklı ülke deneyimleri, gelir dağılımındaki adaletsizliğin azaldığı, reel ücretlerin arttığı, ücret eşitsizliğinin ve işsizliğin azaldığı bir büyüme sürecinin yoksulluğu azaltıcı etkisini göstermektedir. Ancak büyümenin yarattığı fırsatlardan her bireyin eşit şekilde pay alamadığı durumlarda, büyümenin yoksulluk üzerindeki etkisi tartışmalıdır (Şenses, 2003: 151).

Yoksulluğu artıran en temel unsurlardan biri de enflasyondur. Yoksul bireyler, elde ettikleri gelirin büyük bölümünü nakit olarak tutarken, zengin, beşerî sermayesi yüksek bireyler gelirlerini enflasyona karşı koruyacak finansal araçlara sahip olabilirler. Bu nedenle enflasyon yoksul kesimlere daha fazla zarar vermektedir. Maaşları enflasyona endeksli olmayan yoksul bireylerin yüksek enflasyonun yaşandığı dönemlerde reel gelirleri azalmaktadır. Devlet tarafından yoksullara yapılan transfer harcamalarının da enflasyona endeksli olmaması bu kesimin yaşadığı dezavantajlardandır (Easterly ve Fischer, 2001: 160, 164).

Yoksulluğun bir diğer nedeni olarak görülen ekonomik krizler küreselleşme sebebiyle, başta darboğaz yaşayan ülkelerin yakın ticari ilişkilerde bulunduğu ülkeler olmak üzere, pek çok ülkeyi etkilemektedirler. Ekonomik krizler reel sektörün üretimini, yatırımlarını, ihracatını daraltmakta ve uluslararası finans piyasalarında tedirginliği artırarak mevcut ekonomik tabloyu olumsuz yönde etkilemektedirler. Bu olumsuz etkilerin işgücü piyasalarına yansımaları ve devletin eğitim, sağlık ve sosyal harcamaları azaltıcı etkide bulunarak bütçe harcamalarını kısması, gelir dağılımı üzerinde bozucu etki yapmakta ve

dolayısıyla yoksulluğu olumsuz yönde etkilemektedir (Koyuncu ve Şenses, 2004: 2-3).

Yoksulluğun sosyal nedenlerinin başında demografik özellikler gelmektedir. Gelişmiş ülkelerde, nüfus ve nüfus artış oranları düşük seviyelerde seyrederken, az gelişmiş ülkelerin çoğunda ciddi nüfus artışları yaşanmakta ve bu durum işgücünün artmasına sebep olmaktadır. Bu ülkelerde nüfus artışı, insanların kaynaklara erişimini sınırlandırmakta ve refah seviyelerini düşürmektedir. Az gelişmiş ülkelerde yoksulluğun nedenini, hızlı nüfus artışı olarak gören büyük bir kesim vardır (Roy, 1996: 34). Toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri hemen hemen her toplumda görülmekte ve yoksulluk artışına paralel olarak artmaktadır. Bu durum kadınların yoksullaşmasına neden olmaktadır (Ecevit, 2003; 85-86).

Ülkelerin eğitim düzeyi bireysel ve toplumsal anlamda birçok sonuç doğurmaktadır. Bireysel olarak ele alındığında; iyi eğitilmiş bireyler, eğitimsiz bireylere göre daha yüksek ücret üzerinden istihdam edilmekte, daha az işsizlik riski ile karşı karşıya kalmakta, işsizlik durumunda daha kısa sürede iş bulmakta ve daha yüksek yaşam kalitesine sahip olmaktadır. Eğitim toplumsal açıdan ele alındığında; ülkelerin ekonomik olarak ihtiyaç duyduğu nitelikte ve nicelikte işgücünün yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda eğitim bilgi birikimini artırarak, üretim teknolojileri üzerinde yenilik yapar ve ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki yaratır. Eğitim düzeyindeki artış kalkınma üzerinde ekonomik etkilerin yanı sıra; etkin işleyen demokrasi, artan siyasi istikrar, artan ortalama yaşam süresi, yoksullukta azalma, suç oranlarında azalma ve çevre sorunlarında azalma gibi siyasal ve toplumsal boyutta da katkılar sağlamaktadır (Çalışkan, 2007: 285-286).

Kırdan kente yapılan göçlerin ne ölçüde kentsel yoksulluğa sebep olduğu ile ilgili ortaya atılan iki tez vardır. İlk tez, kırsal kesimde yaşayan yoksul bireylerin, düşük gelir düzeyleri sebebiyle kentlere itildiklerini savunur. Bu görüş, kır ve kent arasındaki gelir farklılıklarının büyüklüğüne göre, göçlerin artacağını ve kentsel alanlarda yaşanan hızlı göçlerin istihdam artışını yavaşlatarak hızlı bir enformelleşme sonucunda yoksulluğu artıracaklarını ileri sürer. Ortaya atılan ikinci tez ise yoksulluğu, göçü özendirilen bir unsur olarak değil, göçü kısıtlayan bir unsur olarak değerlendirmektedir. Bu görüş, kırsal kesimde yaşayan yoksulların, göç maliyetini karşılamada oldukça zorlandığını ve bu sebeple göçten en az yararlanan kesim olduğunu savunmaktadır (Chakrapani ve Mitra, 1995: 380). Bu bağlamda göç, yoksulluğun hem nedeni hem de sonucudur (Skeldon, 2002: 67).

Askeri harcamalar ve savaşlar için harcanan maddi ve insani kaynaklar yoksulluğun en önemli siyasal sebeplerindedir. Yapılan savunma harcamaları insan ihtiyaçlarını karşılayacak bir üretim imkânı sağlamamakta ve diğer sektörlerde yapılacak aynı miktarda yatırımına göre daha az istihdam yaratmaktadır. Ayrıca savaş sebebiyle yaşanan zorunlu göçler, maddi imkânlardaki kayıplar, bedensel zorunlular ve aile reisinin hayatını kaybetmesi gibi durumlara karşılaşılan ailelerin yoksulluk içinde bir hayat sürdürmesi, savaşların yoksulluk üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır (Kesici, 2007: 141, 143).

Küreselleşme ve Yoksulluk Arasındaki İlişki

Küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkilerine ilişkin literatür olumlu ve olumsuz olmak üzere değişken sonuçlara ve küreselleşme ile yoksulluğu birbirine bağlayan çoklu nedenselliklere, kanallara ve mekanizmalara işaret eder (Sindzingre, 2005: 1). Küreselleşmenin yoksulluğu azalttığını vurgulayan çalışmalar Dünya Bankası'nın mutlak yoksulluk tanımını kullanmaktayken, aksi görüşü savunanlar ise UNDP'nin insani yoksulluk tanımı üzerinden iddialarını ispat etmeye çalışırlar (Memiş, 2014: 146). Küreselleşmeye ilişkin olumlu görüşün önderliğini yapan Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü ve IMF gibi uluslararası kuruluşlara göre küreselleşme uluslararası yatırımları ve ticareti artırarak dünya refahına katkıda bulunur. Bu kuruluşların yayınladıkları raporlarda küreselleşme ile birlikte ticaretin ve dolayısıyla gelirin artacağı, böylece gelişmekte olan ülkelerin de zenginlikten pay alacağı vurgulanmaktadır. David Ricardo'nun Mukayeseli Üstünlükler Teorisi bu iyimser görüşün temel kaynağını oluşturmaktadır. 1980 sonrası hâkim olan neo-liberal düşünce de serbest piyasa koşullarının krizlere ve yoksulluğa karşı en iyi reçete olacağını savunmaktadır (Memiş, 2014: 146, 152; Aktaş, 2006: 615). Bu görüşü destekleyen Dollar'a göre 1980'lerde başlayan son küreselleşme dalgasıyla dünyadaki aşırı yoksulların sayısında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Artan ticaretin genellikle daha hızlı büyümeyi ve yoksulların refahında iyileşmeyi sağladığı görülmektedir. Özellikle 1990'larda yoksulluğun büyük ölçüde azaldığı ülkeler, dış ticarete ve yatırıma daha açık hale gelen ülkelerdir (Dollar, 2001).

Küreselleşmenin yoksulluk üzerinde olumsuz etkisinin olduğunu iddia eden karamsar görüş ise Singer-Prebisch tezine dayanır. Ticaret hadleri sürekli olarak birincil mal üreten ülkelerin aleyhine bir gelişme gösterir. Karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde birincil mal ihraç eden ekonomilerin ticaretten kazanç elde etmesi ve katma değer yaratabilmesi şüphelidir. 1980'lerden sonra gelişmekte olan ülkelerin sanayi ürünleri ticaret hadlerinde meydana gelen azalma dikkat çekicidir. İhracata dayalı ekonomik büyüme stratejisi ile hareket eden bu ülkelerde yoğun rekabet nedeniyle ücretler baskı altında tutulmakta ve üretilen artık değer büyük bölümü ticaret yaptıkları gelişmiş ülkelere aktarılmaktadır. Bu yapı altında küreselleşme ülkeler arasında ve ülke içindeki eşitsizlikleri artırmaktadır (Baş, 2009: 58-59).

Küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkisinin açıklık, teknoloji transferleri ve yayılımı, oynaklık ve kırılganlık, bilgi akışı, küresel dezenflasyon ve kurumlar gibi farklı kanallardan ortaya çıkacağını ortaya koyan ayrıntılı analizler de mevcuttur (Nissanke ve Thorbecke, 2006). Açıklığın yoksulluk üzerindeki etkisini anlamak için, açıklık-büyüme-eşitsizlik-yoksulluk arasındaki nedensellik zincirinin irdelenmesi gerekir. Açıklık büyümeyi ihracat, ithalat ve sermaye girişleri kanallarıyla doğrudan etkiler. Ticaretin serbestleşmesi, ürün ve faktör fiyatları etkileyerek ihracat endüstrilerine fayda sağlar ve GSYH'nin büyümesine katkıda bulunur. İthal ikamesi stratejisinden, ticaretin serbestleştirilmesi rejimine geçen ülkelerde kısa

dönemde yerli sanayilerin gelirlerinde düşük tarifeler nedeniyle azalma yaşansa da uzun dönemde rekabetin sağlayacağı faydaların ve verimlilik artışının yüksek bir büyümeyi sağlayacağı öngörülmür. İhracat ve ithalatın büyüme üzerinden yoksulluğu azaltmadaki net etkilerinin (Sindzingre, 2005: 2) aksine DYY ve portföy yatırımlarının büyüme üzerindeki etkileri tartışılmaktadır (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1341, 1342, 1346). Geleneksel bakış açısına göre serbestleşmeyle sağlanan DYY artışları, istihdam olanaklarını ve rekabeti arttırarak, teknoloji transferinin yayılmasına ve üretimde verimliliğin artmasına yol açarak yoksulluğu azaltıcı yönde etkide bulunur (Klein ve ark., 2001:4; Goldin ve Reinert, 2007:12). Ayrıca serbestleşmenin sağlayacağı kredi genişlemesi ve finansal hizmet kalitesinin artmasıyla da yoksulluğun azalacağı öngörülmür (Beck ve ark., 2007: 235). Bu olumlu görüşlerin aksine son yıllarda DYY ve portföy yatırımlarının etkileri tartışılmaya başlanmıştır. Birleşme ve devralma yoluyla gerçekleşen DYY'lerden ziyade greenfield yatırımı şeklindeki DYY'lerin doğrudan yeni ürünler üreten fabrikalara dönüşerek büyüme sürecini olumlu etkileyeceği ifade edilmektedir. Dahası geleneksel görüşün DYY'ye eşlik ettiğini varsaydığı teknoloji, beceri ve yönetim bilgisinin transferi de kesin değildir (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1342). Ayrıca mali sektör reformlarının küçük firmalara ve yoksullara kredi arzını arttırmadığı da bir gerçektir (Arestis ve Caner, 2009; 238). Portföy yatırımları ve diğer sermaye akımlarının gelişmekte olan ülkeleri dış şoklara karşı daha kırılgan hale getirmiş olması nedeniyle açıklığın büyüme üzerindeki olası etkileri son yıllarda giderek daha fazla sorgulanmaya başlamıştır.

Açıklık ve yoksulluk arasındaki nedensel zincirin ikinci halkası, büyüme ve eşitsizlik arasındaki karşılıklı ilişkidir. Gelir ve servet eşitsizliği ile büyümeyi ilişkilendiren iki karşıt bakış açısı mevcuttur. Gelir eşitsizliğinin yüksek olduğu toplumlarda zengin kesimin yüksek bir marjinal tasarruf eğilimine sahip olması daha yüksek toplam tasarruf, sermaye birikimi ve büyümeyi sağlayacaktır. Ticaret büyüme için ve büyüme de yoksulluk için iyidir (Dollar, 2002) hâkim görüşüne karşıt olarak büyüme tek başına yoksulluğun azalmasını garanti etmeyecektir çünkü gelişmekte olan ülkelerdeki fırsat eşitsizliklerin azaltılması küreselleşmenin yoksulluğu azaltma potansiyelini gerçekleştirmek için çok önemlidir (Ravallion, 2003). Yüksek eşitsizliğin belirsizlik ve düşük yatırımları besleyen siyasal ve sosyal istikrarsızlığa neden olması, verimsiz rant alanlarına yönelimi teşvik etmesi, yeniden dağıtım politikalarının zengin kesimin yatırım isteği üzerindeki caydırıcı etkisi ve fakir kesimin yeterince insan sermayesi yatırımı yapamaması, yetersiz beslenerek verimliliğinin düşük olması gibi nedenlerle büyümeyi olumsuz etkilemesi de beklenir (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1342, 1343).

Küreselleşmenin yoksulluğu etkileme kanallarından bir diğeri teknoloji transferleri ve yayılımıdır. Culpeper (2005)'ye göre teknik değişim ağırlıklı olarak ortaya çıktıkları gelişmiş (sanayileşmiş) ülkelerdeki kaynak donanımına uygun olarak emek tasarruflu ve beceriye

dayalı olma eğilimindedir. Bu durum teknolojik gelişmelerin hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde eşitsizlikleri arttırma eğiliminde olacağına işaret etmektedir (Culpeper, 2005:10). Kanbur (1999), dünya ekonomisine daha fazla açıklık ve entegrasyonun daha üretken teknolojiye erişim sağlayarak gelişmekte olan ülkelerin yararına olacağını ancak diğer yandan bu teknolojinin vasıflı emekten yana olması nedeniyle vasıflı ve vasıfsız ücretler arasındaki uçurumun genişlemesi ile söz konusu ülkelerin bir ikilemde kalmasına neden olacağını savunur (Kanbur, 1999:10).

Açıklık, sermaye hareketleri ve ticaret hadlerindeki değişimler yoluyla daha fazla oynaklık ve ekonomik krizlerle ilişkilendirilebilir. Finansal oynaklığın ve ekonomik krizlerin özellikle yoksullar üzerinde sert bir etkisi olduğu konusunda literatürde fikir birliği vardır (Culpeper, 2005: 11, 21). Asya mali krizi, bu tür dönemlerde yoksul hanelerin ödemek zorunda olduğu yüksek bedeli açık bir şekilde göstermiştir (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1349).

Küreselleşme, dünya çapında bilgi akışındaki büyük artışa katkıda bulunur. İnternet teknolojisi ve kitle iletişim araçlarının yayılması bilginin hızla iletilmesini sağlar. Bu durum gelişmekte olan ülkelerdeki bireylerin beşerî ve teknik sermayesini geliştirmesi için uygun koşulları da sağlar. Bu süreçte önemli olan yoksul bireylerin bilgi akışına erişilebilmesini sağlayacak kanalların tasarlanması ve geliştirilmesidir (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1349).

Küresel düzeyde yaşanacak dezenflasyon da dünya çapında yoksullar üzerinde olumlu etkiler sağlayacaktır. Piyasa ekonomisinden nispeten yalıtılmış olma eğiliminde olan küçük geçimlik çiftçiler bile tüketim malları için daha düşük fiyatlar açısından belirli avantajlardan yararlanırlar (Nissanke ve Thorbecke, 2006: 1349). Rogoff (2003), küresel düzeyde yaşanan dezenflasyonu merkez bankası kurum ve uygulamalarının gelişmiş olmasına, iyileştirilmiş maliye politikasına ve teknolojik devrime bağlamaktadır (Rogoff, 2003: 45).

Kurumlar, küreselleşme sürecinin yoksulluğu etkilediği çeşitli kanal ve mekanizmalara aracılık etmektedir. Rodrik (1998), ticari açıklığın faydalarının yalnızca etkin (özellikle de ticari açıklıktan kaynaklanan dağıtım çatışmalarını başarılı bir şekilde çözebilen) kurumlara sahip ülkelerde tam olarak elde edilebileceğini savunur (Rodrik, 1998:149). Küreselleşmenin kurumlar aracılığıyla yoksulluk üzerindeki etkisi olumlu veya olumsuz olabilir. Kurumlar güvenilirlikleri, küreselleşme tarafından dönüştürülebilir yetenekleri ve yoksulların küreselleşmenin faydalı etkilerine erişmelerini sağlama biçimlerine bağlı olarak küreselleşmenin faydalarının sadece belirli gruplara mı yoksa yoksullara mı yayılacağını belirlemektedir (Sindzingre, 2005).

Yoksulluğu ve eşitsizliği ortadan kaldırmayı temel hedef olarak belirleyen uluslararası kuruluşların, yoksulluğun küreselleşmesinin asıl sorumlusu olduğu iddiası önemlidir. Başta az gelişmiş ülkeler olmak üzere ekonomik olarak sorun yaşayan pek çok ülke kredi için IMF ve Dünya Bankası'na başvurmaktadır. Kredi başvurusunda bulunan her ülkenin IMF'ye dış ödemeler dengesini sağlayacak bir program hazırlayarak sunması ve anlaşma

sağlaması gerekir. Yapısal uyum programı olarak adlandırılan bu anlaşmalar IMF'nin ülkeleri küresel ekonomik sistemle bütünleştirmesinin bir parçasıdır. Diğer yandan ülkelerin hazırlamış olduğu ekonomik önlemlerin IMF tarafından onaylanması, bu ülkelerin uluslararası finans çevrelerinden borç bulması için de önemlidir. Gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelerle yapacakları ticari faaliyetlere IMF ile anlaşmasının olup olmadığına bakarak karar verirler. Az gelişmiş ülkeleri Dünya Bankası ve IMF ile anlaşmaya iten nedenlerden biri de budur (Memiş, 2014: 152; Uzun, 2003: 162). Ancak ilgili kurumların tavsiye ettikleri Washington Uzlaşısı ile ortaya konulan deregülasyon, özelleştirme, dış ticaret engellerinin kaldırılması, sıkı maliye politikası ve finansal işlemlerin serbestleştirilmesi gibi uygulamalar birçok gelişmekte olan ülkede mevcut sorunları çözemediği gibi mali krizlerin oluşmasına ve milyonlarca insanın işlerini kaybetmesine neden olmuştur. Söz konusu ülkeler borçlarını ödeyebilmek için sağlık ve eğitim bütçelerinde önemli kesintilere gitmek zorunda kalmışlardır. Uygulanan bu politikalarla mevcut olan eşitsiz gelir dağılımını daha da arttırmış ve yaşanan krizlerin yükü düşük gelirli kesimin sırtına yüklenmiştir (Baş, 2009: 58-59).

Literatür Taraması

Küreselleşmenin yoksulluğa etkisi oldukça tartışmalı bir konudur. Bir grup araştırmacı küreselleşmenin yoksulluğu azalttığını, diğer bir grup araştırmacı ise küreselleşmenin yoksulluğu arttırdığını savunmaktadır. Diğer yandan küreselleşmenin yoksulluk üzerinde etkisi olmadığını savunan araştırmacılar da vardır. Kısacası literatürde bir görüş birliğinin sağlanmadığı görülmektedir.

Dollar ve Kraay (2002)'in çalışmasında küreselleşme sürecinde uluslararası piyasalarla bütünleşen ülkelerin daha hızlı büyüdüğü ve bu durumun yoksulluğu azalttığı ortaya konulmuştur. 1980'lerde dışa açılmayı başarabilen gelişmekte olan ülkeler için ticaretin büyüme üzerinde güçlü ve olumlu bir etkisi vardır. Yoksulların yaşam standartlarının yükseltilmesi için büyüme gerekli ve önemlidir (Dollar ve Kraay, 2002; 218-219).

Neutel ve Heshmati (2006), çalışmalarını 1995-2001 yıllarını kapsayacak şekilde gelişmiş ve gelişmekte olan toplam 62 ülke için KFP endeksini kullanarak yapmışlardır. Küreselleşmenin gelir dağılımı eşitsizliği ve yoksulluk üzerinde azaltıcı etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Neutel ve Heshmati, 2006: 30).

Sapkota (2011), 1997-2005 yılları için gelişmekte olan 124 ülkeyi dikkate alarak gerçekleştirdiği analizinde küreselleşmenin insani gelişme, toplumsal cinsiyet gelişimi ve insani yoksulluk üzerindeki etkilerini panel veri analizi ile incelemiştir. İsviçre Ekonomi Araştırmaları Enstitüsü tarafından hazırlanan Küreselleşme Endeksi (KOF) kullanılarak yapılan bu çalışmada küreselleşmenin, insani gelişmeyi ve cinsiyet gelişimini desteklemekle kalmayıp aynı zamanda insani yoksulluk üzerinde de azaltıcı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sapkota, 2011: 22).

Yanar ve Şahbaz (2013), 2010 yılına ait verileri kullanarak 102 gelişmekte olan ülke için ekonomik, politik

ve sosyal küreselleşmenin gelir dağılımı ve yoksulluk üzerindeki etkilerini yatay kesit analizi yaparak iki farklı model üzerinden incelemişlerdir. Bulguları küreselleşmenin gelir eşitsizliğini ve yoksulluğu azalttığı yönündedir (Yanar ve Şahbaz, 2013: 68-69).

Şahbaz ve ark. (2016) Türkiye ekonomisinde 1980-2015 dönemi için dışa açıklık ve DYY girişlerinin yoksulluk üzerindeki etkisini zaman serisi yöntemi kullanarak incelemiştir. Çalışmada dışa açıklığın ve DYY girişlerinin yoksulluğu azalttığı bulunmuştur. Ayrıca çalışmada DYY ve yoksulluk arasında çift yönlü ve dışa açıklıktan yoksulluğa doğru da tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Şahbaz ve ark., 2016).

Agenor (2004), çalışmasını düşük ve orta gelirli olmak üzere 11 ülke için 1980'lerin sonu ile 1990'lı yıllara ait verileri kullanarak yapmıştır. Yazar küreselleşme ve yoksulluk arasında doğrusal olmayan bir ilişki saptamıştır. Küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkisi küreselleşmenin derecesine göre farklılık göstermektedir. Küreselleşme seviyesinin düşük olduğu durumda, küreselleşmenin yoksulluğu arttırdığı; küreselleşme seviyesinin yüksek olduğu durumda ise küreselleşmenin yoksulluğu azalttığı tespit edilmiştir (Agenor, 2004).

Liang (2006), 1986-2002 yılları için Çin'in 25 eyaletine ait verileri kullanarak yapmış olduğu panel veri analizinde endojen eşik tahmini yaparak küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkisinin doğrusal olmadığına dikkat çekmiştir. Liang, belirli bir küreselleşme düzeyine ulaştıktan sonra küreselleşmenin yoksulluk üzerinde azaltıcı bir etki yaratacağını ifade etmektedir (Liang, 2006: 132).

Açıkgöz ve ark. (2008), 1997-2003 yılları için Tam Uyarlanmış En Küçük Kareler yöntemini 50 gelişmekte olan ve 14 gelişmiş ülke için uygulamışlardır. Gelişmekte olan ülkeleri dikkate alan analizin sonuçları Prebisch'in serbest ticaretin, az gelişmiş ülkelerin kalkınmalarını engelleyen önemli bir faktör olduğu yönündeki tespitini destekler niteliktedir. Sonuçlar dışa açıklığın yoksulluğun şiddetini arttırdığını göstermektedir. Buna karşın katsayısının anlamlılığı daha düşük olmakla birlikte bu ülkelerde DYY yoksulluğu azaltmaktadır. Gelişmiş ülkeleri dikkate alan analiz ise tam tersi sonuçlar vermiştir. Buna göre gelişmiş ülkelerde dışa açıklık yoksulluğu azaltmaktadır (Açıkgöz ve ark., 2008: 365).

MacDonald ve Majeed (2010), tarafından yapılan çalışmada 1970-2008 yılları arasında 65 gelişmekte olan ülke için küreselleşmenin eşitsizliğe ve yoksulluğa olan etkisi panel veri analizi ile incelenmiştir. Ticari açıklık ve DYY'leri küreselleşmenin birer göstergesi olarak kabul eden bu çalışmaya göre, küreselleşme yüksek finansal aracılığın olduğu ülkelerde yoksul kesimin durumunu iyileştirirken düşük finansal aracılığın olduğu ülkelerde ise yoksulluğu pekiştirmektedir (MacDonald ve Majeed, 2010).

Heshmati (2004), 67 ülke için 1993-2000 yılları arasında KFP endeksini kullanarak çalışmasını yapmıştır. Çalışma ulusal düzeyde küreselleşme düzeyi ile yoksulluk arasında negatif bir ilişkiye işaret etmekle birlikte bu katsayı istatistiksel olarak zayıf anlamlıdır. Ayrıca kurulan modele göre küreselleşme ülkeler arasındaki yoksulluk farkının sadece %9'unu açıklamaktadır (Heshmati, 2004: 17).

Çizelge 2. Analizde Kullanılan Değişkenler

Table 2. Variables Used in Analysis

LNKBTH Kişi Başına Hane Halkı Nihai Tüketim Harcaması	
LNDYY	Doğrudan yabancı sermaye yatırımları (net giriş)
EKONG	Ekonomik küreselleşme endeksi
POLG	Politik küreselleşme endeksi
SOSG	Sosyal küreselleşme endeksi

Veri Seti

Bu çalışma Türkiye'de yoksulluk ile küreselleşme ve DYY arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Yoksulluk açığı endeksi, kafa sayısı endeksi, Amartya Sen'in geliştirmiş olduğu Sen endeksi ve Foster, Greer ve Thorbecke'in geliştirdiği yoksulluk endeksleri literatürde en çok kullanılan yoksulluk göstergeleridir. Ancak ülkemizde yoksul birey sayısı kesikli olarak hesaplanmakta ve bu durum bahsi geçen endekslerin zaman serisi olarak elde edilememesine neden olmaktadır. Bu nedenle kişi başına tüketim harcamalarının, yoksulluk göstergesi için vekil değişken (proxy) olarak kullanılması uygun bulunmuştur. Benzer bir yaklaşım literatürde daha önce de kullanılmıştır (Ravallion, 1992; Woolard ve Leibbrandt, 1999; Odhiambo, 2008; 2009; 2010; Şahbaz ve ark., 2016). Yoksulluk göstergesi olarak kullanılan kişi başına tüketim harcamaları, Dünya Bankası'nın yapmış olduğu minimum bir yaşam standardını sağlayamama şeklindeki yoksulluk tanımına da uymaktadır (Odhiambo, 2009).

Çalışmada kullanılması tercih edilen KOF küreselleşme endeksi 2018 yılında güncellenmiştir. Endeks değerinin hesapladığı zaman aralığı açısından diğer küreselleşme endeksleri ile karşılaştırıldığında daha kapsamlıdır. Bu sebeple çalışmada küreselleşme göstergesi olarak KOF endeksinin alt bileşenleri kullanılmıştır.

DYY'nin ekonomik küreselleşmenin bir unsuru olmasına rağmen ayrı bir bağımsız değişken olarak modele dâhil edilmesinin sebebi finansal yatırımlar ve reel yatırımların etkilerini ayırabilen miktardır. Bu bağlamda ortaya çıkması olası içsel bağlantı sorununun giderilmesi amacıyla FMOLS analizi kullanılmıştır.

Çalışmada yer alan değişkenlere ait veriler yıllık olarak alınmıştır. Veri seti Türkiye'de 24 Ocak kararları ile serbest dış ticaret politikasının uygulanmaya başladığı tarih olan 1980 ile başlamakta ve verilerin ulaşılabilirliğine bağlı olarak 2018 yılına kadar uzanmaktadır. Çalışmanın hipotezi, küreselleşmenin ve DYY'nin yoksulluk üzerinde azaltıcı bir etkisi vardır, şeklinde oluşturulmuştur. Hipotezin sınanması için zaman serisi yöntemi tercih edilmiş ve analiz için Eviews 8 paket program kullanılmıştır.

KBTH verisi, hane halkı nihai tüketiminin nüfusa oranlanması ile elde edilmiştir. Hane halkı nihai tüketimi verisi Dünya Bankası'ndan cari olarak dolar cinsinden alınmıştır. Nüfus verileri ise Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) elde edilmiştir. DYY verisi, Dünya Bankası'ndan cari olarak dolar cinsinden alınmıştır. EKONG, POLG, SOSG verileri, İsviçre Ekonomi Enstitüsü'nden alınmıştır ve KOF küreselleşme endeksinin alt bileşenleridir. KBTH ve DYY verileri doğal logaritmaları alınarak kullanılmıştır.

Çizelge 3. ADF ve PP Birim Kök Test Sonuçları

Table 3. ADF and PP Unit Root Test Results

Testler	ADF- t istatistiği				PP- t istatistiği				
	Düzye		Birinci Fark		Düzye		Birinci Fark		
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend	
LNKBTH	-0,95	-1,95	-6,21*	-6,17*	-0,95	-2,32	-6,21*	-6,17*	
LNDYY	-1,99	-2,98	-7,48*	-7,39*	-2,1	-2,98	-7,79*	-7,9*	
EKONG	-2,1	-2,19	-7,43*	-7,67*	-2,34	-2,19	-7,68*	-8,99*	
POLG	-1,4	-1,26	-8,02*	-8,34*	-1,5	-1,07	-7,89*	-8,56*	
SOSG	-0,94	-1,97	-4,34*	-4,26*	-0,38	-2,26	-4,34*	-4,26*	
	%1	-3,61	-4,21	-3,62	-4,22	-3,61	-4,21	-3,62	-4,22
Anlamlılık Düzeyi	%5	-2,94	-3,53	-2,94	-3,53	-2,94	-3,53	-2,94	-3,53
	%10	-2,6	-3,19	-2,61	-3,2	-2,6	-3,19	-2,61	-3,2

Not: * %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. Kritik değerler Mac Kinnon (1996)'a göre rapor edilmiştir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) kullanılmıştır.

Çizelge 4. KPSS Birim Kök Testi Sonuçları

Table 4. KPSS Unit Root Test Results

Değişkenler	Düzye		Birinci Fark	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
LNKBTH	0,71	0,13	0,12	0,1
LNDYY	0,72	0,13	0,24	0,04
EKONG	0,91	0,23	0,31	0,05
POLG	0,97	0,24	0,26	0,08
SOSG	1,02	0,13	0,12	0,12
	%1	0,73	0,21	0,21
Anlamlılık Düzeyi	%5	0,46	0,14	0,14
	%10	0,34	0,11	0,11

Ekonometrik Metodoloji ve Ampirik Bulgular

Zaman serileri konusunda, serilerin durağan olup olmaması en çok tartışılan hususlardan biridir. Ortalaması ve varyansı zaman içinde değişmeyen ve iki dönem arasındaki kovaryans, bu kovaryansın hesaplandığı döneme değil de yalnızca iki dönem arasındaki uzaklığa bağlı olan stokastik (olasılıklı) bir süreç durağandır (Gujarati, 1999: 713). İktisadi olarak, birim kök içeren yani durağan olmayan seriler yapısal kırılmaların ve şokların etkilerinin giderilmediği serilerdir. Yapısal kırılma sonrasında seri eski ortalamasına ve varyansına dönmemektedir (Taylor, 1989: 187). Makroekonomik zaman serilerinin çoğu trend içermekte ve bu durum sahte regresyona neden olabilmektedir (Charemza ve Deadman, 1997: 104). Sahte regresyon durumunda, değişkenler arasında anlamsız nedensel ilişkiler bulunabilmektedir (Granger ve Newbold, 1974: 111). Zaman serisi yöntemi kullanılarak kurulan regresyonlar ile iktisat politikası öngörülleri yapılmakta ve durağan hale getirilmemiş zaman serileri ile yapılacak olan iktisat politikası öngörülleri, yanıltıcı olabilmektedir. Bu sebeple zaman serilerinin öncelikle durağan hale getirilmesi, güvenilir ekonometrik analizler yapmak için oldukça önemlidir.

Bu bağlamda değişkenlerin durağanlık düzeylerini belirlemek için Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) ile Kwiatkowski, Philip, Schmidt ve Shin (KPSS) birim kök testleri kullanılmış, elde edilen sonuçlar aşağıda yer alan tablolarda sunulmuştur. ADF ve PP testlerinde serinin

durağan olmadığı, KPSS testinde ise serinin durağan olduğu şeklindeki sıfır hipotezi test edilmektedir.

Test sonuçlarına göre değişkenlerde hem sabit için hem de sabit ve trend için düzey seviyesinde birim kökün varlığı saptanmıştır. Daha sonra serilerin birinci farkı incelenmiş ve değişkenlerin tümünün I(1) seviyesinde durağan olduğu tespit edilmiştir.

KPSS birim kök testi sonuçlarına göre tüm değişkenler için hem sabitte hem de sabitte ve trendde düzeyde birim kök yoktur şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmiştir. Serilerin birinci farkları incelendiğinde ise sabitte ve sabitte ve trendde tüm değişkenlerin durağan [I (1)] olduğu tespit edilmiştir.

Ekonomide meydana gelen yapısal kırılmalar analizin yönünü değiştirebilmektedir. Zivot-Andrews testi yapısal kırılma olması durumunda birim kök sınaması yapmaya imkân tanımaktadır. Zivot ve Andrews (1992), yapısal kırılmaları dışsal olarak belirlemek yerine içsel olarak belirlenmesine imkân tanıyan ve yanlış bir kırılma yılının dışsal belirlenmesi halinde ortaya çıkabilecek yanlış tahmin sonuçlarını giderecek bir yaklaşım geliştirmişlerdir (Yavuz, 2006:165).

Hesaplanmış olan t istatistik değeri mutlak değerce Zivot-Andrews kritik değerinden büyükse H_0 hipotezi olan, yapısal kırılma olmadan birim kök varlığını gösteren temel hipotez reddedilir. Hesaplanan t istatistiğinin Zivot-Andrews kritik değerinden küçük olması halinde H_1 hipotezi olan, yapısal kırılmayla birlikte serinin trend durağan olduğunu gösteren alternatif hipotez reddedilir (Yılancı, 2009; 328).

Çizelge 5. Zivot Andrews Testi Sonuçları

Table 5. Zivot Andrews Test Results

Değişkenler	Model	Kırılma Yılı	t istatistiği	k	Kritik değerler		
					%1	%5	%10
LNKBTH	A	2012	-2,41*	0	-5,43	-4,93	-4,58
	B	2012	-3,36*	0	-4,8	-4,42	-4,11
	C	2010	-3,35*	0	-5,57	-5,08	-4,82
LNDYY	A	2005	-3,51*	0	-5,43	-4,93	-4,58
	B	2009	-3,64*	0	-4,8	-4,42	-4,11
	C	2005	-5,27*	0	-5,57	-5,08	-4,82
EKONG	A	1988	-3,72*	0	-5,43	-4,93	-4,58
	B	1996	-5,1	0	-4,8	-4,42	-4,11
	C	1994	-5,64	0	-5,57	-5,08	-4,82
POLG	A	1991	-3,6*	1	-5,43	-4,93	-4,58
	B	1996	-5,14	1	-4,8	-4,42	-4,11
	C	1993	-4,88*	1	-5,57	-5,08	-4,82
SOSG	A	2004	-3,6*	1	-5,43	-4,93	-4,58
	B	1991	-2,11*	1	-4,8	-4,42	-4,11
	C	2007	-3,49*	1	-5,57	-5,08	-4,82

Not: Model A ortalamada, model B eğimde ve model C hem ortalamada hem de eğimde meydana gelen yapısal kırılmayı dikkate almaktadır. k, model tahmininde kullanılan ekstra bağımsız değişken sayısını göstermektedir. *, %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Çizelge 6. Gregory-Hansen Eş bütünleşme Testi Sonuçları

Table 6. Gregory-Hansen Cointegration Test Results

Kırımlar	Kırılma yılı	Test istatistiği	Kritik değerler
Sabitte kırılma (C)	1989	-5,46**	-6,05 (%1)
			-5,56 (%5)
			-5,31 (%10)
Sabitte ve trendde kırılma (C/T)	1989	-5,72**	-6,36 (%1)
			-5,83 (%5)
			-5,59 (%10)
Rejim kayması (C/S)	1988	-5,57	-6,92 (%1)
			-6,41 (%5)
			-6,17 (%10)

Not: **, %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Çizelge 7. Engle-Granger Uzun Dönem Denklem Tahmini

Table 7. Estimation of the Engle-Granger Long-Run Equation

Bağımlı değişken: LNKBTH Gözlem sayısı:39				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-ist.	Prob
C	4,346779	0,562862	7,722639	0,0000
LNDYY	0,084067	0,033808	2,486626	0,0181
EKONG	-0,031076	0,009917	-3,133488	0,0036
POLG	0,008663	0,009045	0,957828	0,3451
SOSG	0,044007	0,005421	8,118363	0,0000
DUM	0,557250	0,108764	5,123458	0,0000
R-kare	0,980236			
D-W istatistik	1,773967			

Tablo 5'de EKONG ve POLG değişkenleri hariç tüm değişkenlerin Model A, Model B ve Model C durumlarındaki test sinamasında %1'lik anlamlılık düzeyine göre tek yapısal kırılma altında birim kökün varlığı saptanmıştır. EKONG değişkeninde ise sadece Model A'da, POLG değişkeninde ise Model A ve Model C'de %1 anlamlılık düzeyine göre tek yapısal kırılma altında birim kökün varlığı saptanmıştır.

Durağanlık (birim kök) sinamasının ardından değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkinin varlığını belirlemek için eş bütünleşme analizi yapılmaktadır. Çalışmada Gregory-

Hansen Eş bütünleşme Testi (zaman serilerinde tek yapısal kırılmayı dikkate alan) ve Engle-Granger Eş bütünleşme Testi (zaman serilerinde yapısal kırılmayı dikkate almayan) yapılmıştır.

1996 yılında Allen Gregory ve Bruce Hansen tarafından geliştirilen eş bütünleşme testi uzun dönem vektöründe yapısal kırılmanın olması durumunda eş bütünleşme ilişkisini araştıran bir testtir. Yapısal kırılmaya bağlı olarak Gregory-Hansen Eş bütünleşme Testi üç model ile test edilmektedir (Gregory ve Hansen, 1996; 102-103).

Model 1: Düzey Kayması (C)

$$y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{tr} + \alpha^T y_{2t} + \varepsilon_t \quad t=1,2, n \quad (1)$$

Model 2: Trendli Düzey Kayması(C/T)

$$y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{tr} + \beta t + \alpha^T y_{2t} + \varepsilon_t \quad t=1,2, n \quad (2)$$

Model 3: Rejim Kayması (C/S)

$$y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{tr} + \alpha_1^T y_{2t} + \alpha_2^T y_{2t} \phi_{tr} + \varepsilon_t \quad t=1,2, n \quad (3)$$

Bu modellerde yer alan; μ_1 : kırılmadan önceki sabiti, μ_2 : kırılmadan sonra sabitteki değişmeyi, ϕ_{tr} : kukla değişken (r) kırılma zamanını, β : trend değişkenini, α_1 : rejim değişiminden önceki eş bütünleşme vektörünü, α_2 : rejim değişiminden sonraki eş bütünleşme vektörünü göstermektedir.

Her bir r değeri için EKK ile tahmin edilerek elde edilen artıkların ADF test istatistiği hesaplanmıştır. Her r değeri için hesaplanan test istatistiklerinin minimum noktası, kırılma noktası olarak nitelendirilmektedir. Minimum test istatistiğinin Gregory-Hansen (1996)'da sunulan kritik değerden mutlak değerce büyük olması halinde H_0 : eşbütünleşme yoktur boş hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 6 incelendiğinde, sabit için kırılma (C) ile sabit ve trend için kırılma (C/T) durumunda eş bütünleşme ilişkisinin varlığı %10 anlamlılık düzeyine göre kabul edilmektedir ve kırılma yılı her iki modelde de 1989 olarak saptanmıştır. 1989 yılının tespiti Türkiye'de 1980'de başlayan dışa açılma sürecinin devamı olan sermaye hareketlerinin serbest bırakıldığı yıl olması sebebiyle teori ile uyumludur. Rejim kayması (C/S) durumunda ise eş bütünleşme ilişkisi yoktur. Eş bütünleşme ilişkisi saptanan iki model arasından en geniş model alınarak, sabitte ve trendde kırılma (C/T) modeli ile analize devam edilmiştir.

Clive Granger ve Robert Engle'in 1987'de geliştirdikleri iki aşamalı modelleme yöntemine göre eş bütünleşmenin sağlanması, hata teriminin durağan olmasına ve hata düzeltme mekanizmasının (ECM) çalışmasına bağlıdır. ECM'nin çalışma koşulu; hata teriminin bir gecikmeli değerinin 0 ile -1 arasında olması ve istatistiki olarak anlamlı olmasına bağlıdır (Engle ve Granger, 1991; 81-112).

Engle-Granger Eş bütünleşme Yöntemine göre ele alınan X_t ve Y_t gibi iki değişken arasındaki eşbütünleşme, bütünleşme derecelerinin aynı olmasına yani I(d) ise bu değişkenlerin $a_1 X_t + a_2 Y_t$ gibi bir doğrusal bileşimi d-b dereceden entegrasyona sahip ise, $d \geq b \geq 0$ olmak koşuluyla X_t ve Y_t serilerinin (d) dereceden eş bütünleşmeye sahip oldukları belirtilir (Engle ve Granger, 1987; 255-256).

Engle-Granger Yöntemi iki aşamada gerçekleşmektedir. İlk aşama en küçük kareler (EKK) ile tahmin edilen ve uzun dönem ilişkiyi gösteren uzun dönem denklem tahminin yapılmasıdır. İkinci aşama ise eş bütünleşme ilişkisinden elde edilen hata teriminin durağanlık analizinin yapıldığı ve kısa dönem denkleminin oluşturulduğu aşamadır. Bu noktada hata teriminin birim kök içermediği (durağan olduğu) saptandıysa uzun dönemli ilişkinin varlığından söz edilebilir ve kısa dönem

denklemin tahmini yapılabilmektedir (Engle ve Granger, 1987; 271-272).

İki aşamada gerçekleşen Engle-Granger Yöntemi de iki şekilde ele alınacaktır. İlk olarak statik denklem üzerinden analiz edilecektir. Ancak statik denklem katsayıların yorumlanmasına imkân tanımamaktadır. Bu sebeple ikinci durumda katsayıların yorumlanmasına imkân tanıyan FMOLS yöntemi ile analiz yapılacaktır.

Uzun dönem tahmini şöyledir;

$$\text{LNKBTH} = 4,346 + 0,084 \text{LNDYY} - 0,031 \text{EKONG} + 0,009 \text{POLG} + 0,044 \text{SOSG} + 0,557 \text{DUM} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Uzun dönem denklem tahminine trend eklenmiş ancak istatistiki olarak anlamsız çıktığı için modele dahil edilmemiştir. Uzun dönem denklem tahminin yapılmasının ardından uzun dönem denklemin çalışıp çalışmadığını sınamak amacıyla hata terimine durağanlık testi yapılmıştır.

Hata terimine uygulanan birim kök testinin sonucu I(0) olarak saptanmıştır. Bu durum kısa dönem tahminlemesinin yapılabilmesine imkân tanımaktadır.

Tablo 9'da Engle-Granger kısa dönem hata düzeltme modeli tahmini sonuçları yer almaktadır. Tablodan anlaşılacağı gibi hata düzeltme terimi negatif ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç hata düzeltme teriminin çalıştığını, seriler arasındaki kısa dönemli sapmaların uzun dönemde giderildiğini ve serilerin uzun dönemde dengeye geldiğini göstermektedir. Hata düzeltme teriminin katsayısından hareketle kısa dönemli sapmaların yaklaşık 1,44 dönem (1/0,69) sonra dengeye geleceği hesaplanmaktadır. Bu durum seriler arasındaki kısa dönemli sapmaların yaklaşık 1,44 yıl sonra ortadan kalkarak uzun dönem denge noktasına geleceğini ifade etmektedir.

FMOLS tahmin yöntemi, uzun dönem yorumlanabilir katsayıları tahminlemek için kullanılmaktadır. Çalışmada FMOLS'nin tercih edilmesinin sebebi değişkenler arasındaki içsellikten ve otokorelasyondan kaynaklanan sapmaları düzelten bir tahminci olmasıdır (Demir ve ark., 2019: 254). FMOLS yöntemi ile kurulan modele trend değişkeni eklenmiş ancak istatistiki olarak anlamsız çıkması sonucu modelden çıkarılmıştır.

FMOLS denklemi şöyledir;

$$\text{LNKBTH} = 4,285 + 0,089 \text{LNDYY} - 0,027 \text{EKONG} + 0,006 \text{POLG} + 0,042 \text{SOSG} + 0,582 \text{DUM} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Tablo 10'dan elde edilen sonuçlara göre Türkiye'nin uzun dönemli kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması (yoksulluk), POLG dışında modelde yer alan diğer değişkenlerden etkilenmektedir. DYY'ler %1 arttığında kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması %0,089 artmaktadır. Ekonomik küreselleşme 1 birim arttığında kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması %0,027 azalmaktadır. Sosyal küreselleşme 1 birim arttığında kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması %0,042 artmaktadır. Modele DUM değişkeni olarak dâhil edilen 1989 yapısal kırılma yılı Türkiye'nin uzun dönem kişi başına hane halkı nihai tüketim harcamasını %0,58 birim pozitif olarak etkilemektedir.

Çizelge 8. Hata Terimi Durağanlık Sonucu

Table 8. Error Term Stationarity Result

Değişken	t-ist.	Kritik değer
Hata Terimi (u_t)	-5,46	-2,62 (%1)

Çizelge 9. Engle-Granger Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları

Table 9. Engle-Granger Short-Run Error Correction Model Estimation Results

Bağımlı değişken: D(LNKBTH) Gözlem sayısı:38 (düzeltme sonrası)				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-ist.	Prob
D(LNDYY)	0,073725	0,044276	1,665130	0,1054
D(EKONG)	-0,025090	0,010904	-2,300951	0,0278
D(POLG)	-0,002705	0,011831	-0,228660	0,8205
D(SOSG)	0,046465	0,014527	3,198591	0,0030
U_t (-1)	-0,692874	0,232719	-2,977297	0,0054
R-kare	0,343530			
D-W istatistik	1,881135			

Çizelge 10. Uzun Dönem Eş Bütünleşme Katsayıları: Tam Uyarlanmış En Küçük Kareler (FMOLS)

Table 10. Long-Run Cointegration Coefficients: Fully Fitted Least Squares (FMOLS)

Bağımlı değişken: LNKBTH Gözlem sayısı:38				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-ist.	Prob
C	4,285311	0,469182	9,133587	0,0000
LNDYY	0,089378	0,028322	3,155736	0,0035
EKONG	-0,027160	0,007646	-3,552394	0,0012
POLG	0,006327	0,006766	0,935096	0,3567
SOSG	0,042495	0,004410	9,635005	0,0000
DUM	0,581723	0,082076	7,087635	0,0000
R-kare	0,979499			
D-W istatistik	1,811926			

Çizelge 11. Hata Terimi Durağanlık Sonucu

Table 11. Error Term Stationarity Result

Değişken	t-statistic	Kritik değer
Hata Terimi (u_t)	-5,47	-2,62 (%1)

Çizelge 12. Engle-Granger Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları

Table 12. Engle-Granger Short-Run Error Correction Model Estimation Results

Bağımlı değişken: D(LNKBTH) Gözlem sayısı:38 (düzeltme sonrası)				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-ist.	Prob
D(LNDYY)	0,071681	0,052816	1,357200	0,1842
D(EKONG)	-0,023505	0,011173	-2,103778	0,0433
D(POLG)	-0,003521	0,012172	-0,289232	0,7743
D(SOSG)	0,047354	0,015696	3,016909	0,0050
U_t (-1)	-0,691870	0,240206	-2,880319	0,0070
R-kare	0,335348			
D-W istatistik	1,891120			

Hata terimine uygulanan birim kök testinin sonucu I (0) olarak saptanmıştır. Bu durum kısa dönem tahminlemesinin yapılabilmesine imkân tanımaktadır.

Burada elde edilen sonuçlar Tablo 9'daki sonuçlarla uyum göstermektedir. Hata düzeltme terimi çalışmakta, seriler arasındaki kısa dönemli sapmalar yaklaşık 1,4 yıl sonra ortadan kalkarak uzun dönem denge noktasına gelmektedir.

Sonuç

Küreselleşme sürecinin ülkelerin üretim yapısında ve teknoloji düzeylerinde yol açtığı önemli gelişmelere rağmen, ulusal ve uluslararası boyutlarıyla yoksulluk sorunu büyüyerek devam etmektedir. Özellikle 1980 ve 1990'lı yıllarda artan yoksulluk sadece az gelişmiş ülkeleri değil aynı zamanda gelişmiş ülkelerin de ciddi bir

sorunudur. Bu çalışmada, küreselleşmenin ve DYY'nin yoksulluk üzerinde azaltıcı bir etkisi vardır, hipotezi araştırılmıştır. Türkiye özelinde ele alınan bu çalışmada, 1980-2018 yılları arasında KOF küreselleşme endeksinin alt bileşenleri olan ekonomik, politik ve sosyal küreselleşme ile DYY'lerin, yoksulluk (kişi başına hane halkı nihai tüketim harcaması) üzerindeki etkileri zaman serisi analizleriyle araştırılmıştır.

Analizin sonucunda elde edilen bulgular, küreselleşme ve DYY'lerin yoksulluk üzerinde azaltıcı etkisi vardır hipotezini doğrular niteliktedir. DYY'nin yoksulluk üzerindeki olumlu etkisi literatür ile uyumludur. Şahbaz ve ark. (2016) 1980-2015 dönemi için yaptıkları çalışmada da DYY girişlerinin yoksulluğu azalttığını bulmuşlardır. Ayrıca Açıköz ve ark. (2008) de gelişmekte olan ülkeler üzerine yaptıkları çalışmada DYY ile insani yoksulluk endeksi arasında negatif ilişkiyi tespit etmişlerdir. DYY'lerin etkin ve verimli kullanılması yoksulluğu azaltır. Bu bağlamda DYY girişlerini özendirici, ülkedeki yatırım iklimini iyileştirici politikaların, yoksullukla mücadelede uygulanan politika ve programlarla tamamlanması gerekir.

Bu tespitin aksine çalışmada ekonomik küreselleşmenin yoksulluğu olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç kısmen Açıköz ve ark. (2008)'nin çalışmasıyla da uyum göstermektedir. Küreselleşmeyi dışa açıklıkla ölçmeye çalışan söz konusu çalışmada gelişmekte olan ülkeler için küreselleşmenin yoksulluğu arttırdığı bulunarak Singer-Prebish tezinin geçerli olduğu vurgusu yapılmıştır. DYY ve ekonomik küreselleşme endeksinin yoksulluk üzerinde farklı etkilere sahip olması 24 Ocak 1980 Kararları ile başlayan değişimin sonucudur. Çalışmada uygulanan Gregory-Hansen Eş Bütünleşme testi sonucunda kırılma yılı sabitte ve trendde (C/T) 1989 olarak tespit edilmiştir. 1989 yılı ülkemizde 1980'de başlayan dışa açılma sürecinin devamı olan sermaye hareketlerinin serbest bırakıldığı yıldır. Ekonomik küreselleşme verisi toplam küreselleşme içerisinde %36'lık bir paya sahiptir. Her biri %50'lik paya sahip olan cari akımlar ve sınırlamalar ana başlıkları ekonomik küreselleşmeyi oluşturmaktadır. Cari akımlar, DYY stokları, portfolyo yatırımları ve yabancı uyruklulara gelir ödemelerinden oluşmaktayken; sınırlamalar ise gizli ithalat engelleri, ortalama tarife oranları, uluslararası ticaret vergileri ile sermaye hesabı sınırlamalarından oluşmaktadır. 1980'li yıllarda sınırlamaların göz ardı edildiği düşünüldüğünde ekonomik küreselleşme verisi için daha çok cari akımlar üzerinden başka bir deyişle DYY ve sermaye hareketleri üzerinden yapılabilecek yorumların önü açılmaktadır. Bu bağlamda DYY'nin yoksulluğu azalttığı göz önünde bulundurulursa, ekonomik küreselleşmenin yoksulluğu artırmasının sebebi sermaye hareketlerinin serbest kalmasında görülmektedir. Türkiye'de spekülâtif sermaye hareketlerini önlemek amacıyla uygulanacak politikaların, ekonomik küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki olumsuz etkisini ortadan kaldırmak için önemli olduğu düşünülmektedir.

Sosyal küreselleşme endeksinin yoksulluk üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Sosyal küreselleşme toplam küreselleşme endeksi içerisinde %38'lik oran ile en geniş paya sahip olan göstergedir. Sosyal küreselleşme

endeksinin üç ana bileşeni %33'lük pay ile bireysel iletişim, %35'lik pay ile bilgi akımı ve %32'lik pay ile kültürel yakınlık verileridir. Bireysel iletişim verilerini yurtdışına telefon trafiği, transferler, uluslararası turizm, yabancı nüfus ve uluslararası mektuplar oluşturmaktadır. Bunlar farklı ülkelerde yerleşik kişilerin birbiriyle olan etkileşimini ölçmekte kullanılmaktadır. Bilgi akımı verilerini internet kullanıcıları, televizyon ve gazete ticareti oluşturmaktadır. Kültürel yakınlık verilerini ise McDonald's lokanta sayısı, Ikea sayısı ve kitap ticareti oluşturmaktadır. Sosyal küreselleşme endeksinin artmasında bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kültürel anlamda başka ülkeler ile zevk ve tercihlerin benzerliklerindeki artışlar en büyük etkidir.

Sosyal küreselleşmenin yoksulluğu azaltan etkisini açıklamak için, internet gibi bilgi ve iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasının bilgiye erişimi kolaylaştırması dolayısıyla bireylerin beşerî sermayelerine yapmış olduğu katkıda görülmektedir. Diğer yandan endekse ilişkin olarak McDonald's ve Ikea sayısı kriterleri göz önünde bulundurulduğunda sayının çokluğuna bağlı olarak ülkede yaratmış olduğu istihdam dolayısıyla yoksulluğu azaltıcı etkide bulunduğu düşünülmektedir. Bu sonuç Yanar ve Şahbaz (2013)'ün sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde küreselleşme ile farklı yoksulluk göstergeleri arasındaki ilişkiyi açıklayan bu çalışmaya göre de sosyal küreselleşme yoksulluğu azaltmaktadır.

Politik küreselleşme endeksi toplam küreselleşme içerisinde %26'lık bir paya sahiptir. Politik küreselleşmenin ana bileşenleri ülkedeki elçilikler, uluslararası organizasyonlara üyelik, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi misyonlarına katılım ve uluslararası anlaşmalar olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. Çalışmada politik küreselleşme endeksi istatistiki olarak anlamsız bulunmuştur. Bu endeks değeri Norveç (89,28), Avustralya (88,81), Japonya (87,51) gibi zengin ülkelerde ve Güney Afrika (89,18), Endonezya (87,6), Nijerya (85,24) ve Pakistan (84,76) gibi yoksul ülkelerde oldukça yüksek değerler almaktadır. Bu gözlem ülkelerin gelir düzeyi ile politik küreselleşme arasında bir bağlantı olmadığını göstermektedir. Ayrıca politik küreselleşmenin alt bileşenlerinin yoksulluğu doğrudan etkileyecek saiklerden de oluşmaması parametreler arasındaki anlamsız ilişkiyi kuvvetlendirmektedir.

Extended Abstract

Despite the prevailing view that globalization, which spread worldwide in the 1980s, would increase productivity and economic growth, the effect of globalization on poverty is not apparent. Possible effects are discussed in the literature within the framework of two opposing views. According to pro-globalization approaches, underdeveloped and developing countries reduce poverty by eliminating the resource deficiencies they encounter in the growth and development processes with the advantages such as external resources, technological knowledge, and capital transfer that will be provided by globalization. Thus, liberalization and

opening-up policies reduce poverty in the long term. According to the opposing approaches, international firms that turn to develop countries through free trade transform the markets in their favour, by making these economies dependent on imports, they cause unemployment, inequality, and poverty in the country to deepen.

One of the important indicators of economic globalization is trade openness, which is calculated as the ratio of export and import totals to Gross Domestic Product (GDP). While the trade openness rate was 38% in the world and 30% in Turkey in the 1980s. It increased with the acceleration of globalization and increased to 58% in the world and 54% in our country in the last ten years (2010-2020). Another indicator of globalization, foreign direct investment (FDI) inflows, increased by an average of 15% worldwide and by an average of 38% in Turkey during the period 1970-2019. It is expected that these commercial activities, which have reached a significant volume, will have a positive impact on the well-being of the entire society together with the poor in developing countries such as Turkey.

In parallel with all these developments and expectations, it is observed that the poverty and poverty deficit ratios in the world are decreasing depending on time. While poor individuals earning less than \$1.9 per day in 1980 constituted an average of 39% of the world's population, today this rate has decreased to 12%. Despite this positive picture observed in poverty rates, 1.8 billion people in the world (as of 2017) and 1.8 million people in our country (as of 2019) live below the poverty line with an income of fewer than 3.2 dollars. The fact that the increase in the number of poor people continues makes it mandatory to conduct research in this area and solve this problem.

The literature on the effects of globalization on poverty points to variable outcomes, positive and negative, and multiple causalities, channels, and mechanisms linking globalization and poverty. According to international organizations such as the World Bank, the World Trade Organization, and the IMF, which lead the positive view on globalization, globalization contributes to world welfare by increasing international investments and trade. The pessimistic view that globalization has a negative impact on poverty is based on the Singer-Prebisch thesis. The terms of trade constantly develop to the detriment of countries producing primary goods. Wages are kept under pressure due to the competition caused by the export-based growth strategy in developing countries. Most of the residual value obtained in these countries is transferred to the developed countries where they trade. Under this structure, globalization increases inequalities between and within countries. There are also detailed analyzes that reveal that the impact of globalization on poverty will emerge through different channels such as openness, technology transfers, and diffusion, volatility and vulnerability, information flow, global disinflation, and institutions.

This study aims to analyse the effect of globalization on poverty in Turkey with the time series method. The number

of poor people in our country is calculated intermittently. Since there are no regular and comparable data on poor individuals, time series analyses conducted in this field are pretty limited in the literature. In this context, the use of per capita consumption expenditures as a proxy variable in the form of poverty indicator reveal the importance and difference of the study. In the study, sub-components of the KOF index and FDI inputs were used as indicators of globalization. Although it is an element of economic globalization, the reason why FDI is included in the model as a separate independent variable is to be able to separate the effects of financial investments and real investments. In this context, FMOLS analysis was used to eliminate the possible internal connection problem. The data of the variables included in the study were taken annually. The data set starts with 1980, the date when the free foreign trade policy started to be implemented with the January 24 decisions in Turkey and includes 2018 as well. The hypothesis of the study is that globalization and FDI have a reducing effect on poverty.

The findings obtained as a result of the analysis confirm the hypothesis that globalization and FDI have a reducing effect on poverty. Effective and efficient use of FDI reduces poverty. Therefore, policies that encourage FDI inflows and improve the investment climate in the country should be complemented by policies and programs implemented to combat poverty. Contrary to this determination, it was concluded in the study that economic globalization negatively affects poverty. In this context, considering that FDI reduces poverty, the reason for economic globalization to increase poverty is seen in the liberalization of capital movements. It is thought that the policies to be implemented in order to prevent speculative capital movements in Turkey are important to eliminate the negative impact of economic globalization on poverty. The social globalization index has a positive impact on poverty. With globalization, the use of information and communication tools becomes widespread and access to information becomes easier. In this way, poverty decreases with the contribution of individuals to their human capital. In the study, the political globalization index was found to be statistically insignificant. The main components of political globalization are divided into four groups: embassies in the country, membership in international organizations, participation in United Nations Security Council missions and international agreements. The fact that the sub-components of political globalization do not consist of elements that will directly affect poverty strengthens the meaningless relationship between the parameters.

Bilgi

*Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında hazırladığı aynı başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Acknowledgement

*This study is derived from the master's thesis with the same title, prepared by the first author under the supervision of the second author at the Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, Department of Economics..

Kaynaklar

1. Açıkgöz, B., Kök, R., İspir, S. (2008). Küreselleşme Kurgusuna Yönelik Hipotez Testleri: Yoksulluk Olgusu Üzerine Seçilmiş Ülkeler Deneyimi (1997-2003). Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 13(1): 351-376.
2. Agenor, P.R. (2004). Does Globalization Hurt the Poor? International Economics and Economic Policy, 1: 21-51.
3. Aktan, C.C. (2002). Globalleşme ve Yoksulluk. C.C. Aktan (Ed.) Yoksullukla Mücadele Stratejileri içinde. Hak-İş Konfederasyonu Yayınları.
4. Aktaş, E. (2006). Küreselleşme, Yoksulluk ve Genetiği Değiştirilmiş Tarım Ürünleri. Türkiye VII. Tarım Ekonomisi Kongresi, <https://tarekoder.org/2006antalya/43-49.pdf> (15.02.2020).
5. Aktel, M. (2001). Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6(2): 193-202.
6. Arestis, P., Caner, A. (2009). Financial Liberalization and The Geography of Poverty. Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, 2: 229-244.
7. AYTEKİN, G.K. (2019). Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Belirleyicileri ve Ekonomik Etkileri. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15): 255-278.
8. Baş, K. (2009). Küreselleşme ve Gelir Dağılımı Eşitsizliği. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(1): 49-70.
9. Bayar, F. (2008). Küreselleşme ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, 32: 25-34.
10. Beck, T., Demirci-Kunt, A., Peria, M.S.M. (2007). Reaching Out: Access to and Use of Banking Services Across Countries. Journal of Financial Economics, 85: 234-266.
11. Borensztein, E., Jose, D.G., Jong-Wha, L. (1998). How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth? Journal of International Economics, 45: 115-135.
12. Chakrapani, C., Mitra, A. (1995). Rural-to-Urban Migration: Access to Employment, Incidence of Poverty and Determinants of Mobility. Indian Journal of Social Work, 56: 377-386.
13. Charemza, W., Deadman, D. (1997). New Directions in Econometric Practise. Edward Elgar.
14. Clark, T., Knowles, L.L. (2003). Global Myopia: Globalization Theory in International Business. Journal of International Management, 9(4), 361-372.
15. Culpeper, R. (2005). Approaches to Globalization and Inequality within the International System. UN Research Institute for Social Development, Paper Number: 6. [https://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/\(httpAuxPages\)/B8D267D84E8E6A66C12570AE002F994E/\\$file/culpeper.pdf](https://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9/(httpAuxPages)/B8D267D84E8E6A66C12570AE002F994E/$file/culpeper.pdf)
16. Çalışır, G. (2009). Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Olayların Türkiye'deki Televizyon Haberlerine Yansımaları, (Doktora Tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
17. Çalışkan, Ş. (2007). Eğitim İşsizlik ve Yoksulluk İlişkisi. Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 7(13): 284-308.
18. Çelik, M.Y. (2012). Boyutları ve Farklı Algılamalarıyla Küreselleşme. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(32): 57-74.
19. Demir, M.A., Ekinci, R., Utkulu, U. (2019). Türkiye'de Enerji Fiyatlarının İhracat Arzına Etkisi: İmalat Sanayi İhracatı Zaman Serisi Bulguları. Economics, Finance, Politics, 14(2): 237-258.
20. Dollar, D. (1992). Outward-Oriented Developing Economies Really Do Grow More Rapidly: Evidence from 95 LDCs, 1976-1985. Economic Development and Cultural Change, 40(3): 523-544.
21. Dollar, D. (2002, 27-28 May). Global economic integration and global inequality. Reserve Bank of Australia Conference Globalisation, Living Standards and Inequality: Recent Progress and Continuing Challenges, Sydney, Australia. <https://www.rba.gov.au/publications/conf/2002/dollar.html>
22. Dollar, D., Kraay, A. (2002). Growth is Good for the Poor. Journal of Economic Growth, 7(3): 195-225.
23. Dollar, D. (2001). Globalization, Inequality, and Poverty since 1980. World Bank. https://www.univ-trier.de/fileadmin/fb4/prof/VWL/IWB/Vorlesung/2944_globalization-inequality-and-poverty.pdf
24. DPT. (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT.
25. Easterly, W., Fischer, S. (2001). Inflation and the Poor Credit, and Banking. Journal of Money, 33(2), 160-178.
26. Ecevit, Y. (2003). Toplumsal Cinsiyetle Yoksulluk İlişkisi Nasıl Kurulabilir? Bu İlişki Nasıl Çalışabilir? C.Ü. Tıp Fakültesi Dergisi Özel Eki, 25(4): 83-88.
27. Elçin, A.B. (2012). Küreselleşmenin Tarihçesi. <http://www.meritymm.com/wpcontent/uploads/2013/05/kuresellesme.pdf> (03.18.2020).
28. Engle, R., Granger, C. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing. Econometrica, 55(2): 251-276.
29. Engle, R., Granger, C. (1991). Long-Run Economic Relationship Readings in Cointegration, Oxford University.
30. Giddens, A. (2008). Sosyoloji. (Çev.) Kayhan, E. A., Kırmızı Yayınları.
31. Goldin, I., Reinert, K. (2007). Globalization for Development, World Bank Palgrave Mac Millan.
32. Granger, C., Newbold, P. (1974). Spurious Regressions in Econometrics. Journal of Econometrics, 2(2): 111-120.
33. Gregory, A., Hansen, B. (1996). Residual-Based Tests for Cointegration in Models with Regime Shift. Journal of Econometrics, 70(1): 99-126.
34. Gujarati, D.N. (1999). Temel Ekonometri. (Çev.) Şenesen, Ü., Şenesen, G.G., Literatür Yayıncılık.
35. Güler, B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(3): 79-111.
36. Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., Strum, J.E. (2019). The KOF Globalisation Index - Revisited. The Review of International Organizations, 14(2): 543-574.
37. Harrison, A. (2007). Globalization and Poverty: An Introduction. A. Harrison (Ed.) Globalization and Poverty içinde (1-30). Chicago Univ. Press.
38. Heshmati, A. (2004). The Relationship Between Income Inequality, Poverty and Globalisation. IZA Discussion Paper, 1277.
39. Hirst, P., Thompson, G. (2003). Küreselleşme Sorgulanıyor. (Çev.) Erden, Ç., Yücel, E., Dost.
40. İçduygu, A. (1995). Çok Kültürlülük, Türkiye Vatandaşlığı Kavramı İçin Toplumsal Bir Zemin. Türkiye Günlüğü, 33 (Özel Sayı), 117-126.
41. Kanbur, R. (1999). Income Distribution Implications of Globalization and Liberalization in Africa. Cornell University Working Paper, 99(4).
42. Kazgan, G. (2009). Küreselleşme ve Ulus Devlet: Yeni Ekonomik Düzen, İstanbul Bilgi Üniversitesi.
43. Kepenek, Y. (1990). Türkiye Ekonomisi, Verso Yayınları.
44. Kesici, M.R. (2007). Yoksulluk Şiddet Döngüsünün Sosyal Politika Açısından Analizi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal

- Bilimler Enstitüsü Çalışma ve Toplum Dergisi, 12(3): 121-158.
45. Keyman, E.F. (2006). Küreselleşme, Uluslararası İlişkiler ve Hegemonya. Uluslararası İlişkiler, 3(9): 1-20.
46. Keyman, F., Dural, B.Y. (2013). Uluslararası İlişkilere Giriş, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
47. Klein, M., Aaron, C., Hadjmichael, B. (2001). Foreign Direct Investment and Poverty Reduction, World Bank Policy Research Working, 2613.
48. KOF (2020, 12 Nisan). Globalisation Index. <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>.
49. Koyuncu, M., Şenses, F. (2004). Kısa Dönem Krizlerin Sosyoekonomik Etkileri: Türkiye, Endonezya ve Arjantin Deneyimleri. ERC Working Papers in Economics, 04(13).
50. Liang, Z. (2006). Threshold Estimation on the Globalization-Poverty Nexus (Evidence from China). UNU-WIDER Research Paper, 2006(57).
51. MacDonald, R., Majeed, M.T. (2010). Distributional and Poverty Consequences of Globalization: A Dynamic Comparative Analysis for Developing Countries. Scottish Institute for Research in Economics Discussion Papers, 2010(62).
52. Manning, S. (1999). Introduction (to Special Issue on Globalization). Journal of World Systems Research, 5(2): 137-141.
53. Martens, P., Caselli, M., Lombaerde, P.D., Figge, L., Scholte, J.A. (2014). New Directions in Globalization Indices. Globalization, 12(2): 217-228.
54. Memiş, H. (2014). Küreselleşme ve Yoksulluk İlişkisi. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 5(1): 144-161.
55. Neutel, M., Heshmati, A. (2006). Globalisation, Inequality and Poverty Relationships: A Cross Country Evidence. IZA Discussion Paper, 2223.
56. Nissanke, M., Thorbecke, E. (2006). Channels and Policy Debate in the Globalization-Inequality-Poverty Nexus. World Development, 34(8): 1338-1360.
57. Odhiambo, N.M. (2008). Financial Depth, Savings and Economic Growth in Kenya: A Dynamic Casual Linkage. Economic Modelling, 25(4): 704-713.
58. Odhiambo, N.M. (2009). Finance-Growth-Poverty Nexus in South Africa: A Dynamic Casualty Linkage. Journal of Socio-Economics, 38(2): 320-325.
59. Odhiambo, N.M. (2010). Is Financial Development a Spur to Poverty Reduction? Kenya's Experience. Journal of Economic Studies, 37(3): 343-353.
60. OECD. (2010). OECD Economic Globalisation Indicators, OECD.
61. Ravallion, M. (1992). Poverty Comparisons: A Guide to Concepts and Methods, World Bank.
62. Ravallion, M. (2003). The Debate on Globalization, Poverty, and Inequality. World Bank Policy Research Working Paper, 3038.
63. Rennen, W., Martens, P. (2003). The Globalisation Timeline. Integrated Assessment, 4(3): 137-144.
64. Rodrik, D. (1998). Why do More Open Economies have Bigger Governments? Journal of Political Economy, 106(5): 997-1032.
65. Rogoff, K.S. (2003). Globalization and Global Disinflation, Economic Review, 88(4):45-78.
66. Roy, S. (1996). Development, Environment and Poverty: Some Issues for Discussion. Economic and Political Weekly, 31(4): 29-41.
67. Sanjar, S., Şengür, M. (2019). Döviz Kuru, Dış Ticaret Yoksulluk İlişkisi: Afganistan Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 62: 106-124.
68. Sapkota, J.B. (2011). Impacts of Globalization on Quality of Life: Evidence from Developing Countries. MPRA Paper, 2011-E-1.
69. Sen, A. (2004). Özgürlükle Kalkınma. (Çev.) Alogan, Y., Ayrıntı.
70. Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Can Yayınları.
71. Sindzingre, A. (2005). Explaining Threshold Effects of Globalization on Poverty. UNI-WIDER Research Paper, 2005(53).
72. Skeldon, R. (2002). Migration and Poverty. Asia Pasific Population Journal, 17(4): 67-82.
73. Şahbaz, A., Buluş, A., Kaleci, F. (2016). Dışa Açıklık, Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Yoksulluk: Türkiye Örneği. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(4): 1106-1117.
74. Şenses, F. (2003). Küreselleşmenin Öteki Yüzü, İletişim Yayınları.
75. Taylor, J.B. (1989). The Evolution of Ideas in Macroeconomics. Economic Record, 65(2): 185-189.
76. Tezer H. (2021). Sorgulanan Küreselleşme Olgusu, Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Fırsat mı? Tehdit mi? Alanya Akademik Bakış Dergisi, 5(1): 501-523.
77. Townsend, P. (2006). What is Poverty? An Historical Perspective. Poverty in Focus, 9: 5-6.
78. TÜİK. Nüfus ve Demografi İstatistikleri.
79. UNCTAD (2021, 1 Nisan). Balance of Payments Statistics. <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
80. UNDP. (2020). Global Multidimensional Poverty Index 2020, UNDP.
81. Uras, G. (1979). Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları, İktisadi Yayınlar.
82. Uzun, A.M. (2003). Yoksulluk Olgusu ve Dünya Bankası. Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi, 4(2): 155-173.
83. Winham, G.R. (1996). International Trade Policy in a Globalizing Economy. International Journal, 51(4): 638-650.
84. Woolard, I., Leibbrandt, M. (1999). Measuring Poverty in South Africa. University of Cape Town Development Policy Research Unit, 99(33).
85. World Bank (2021, 5 Nisan). World Development Indicators Database. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>.
86. Yanar, R., Şahbaz, A. (2013). Gelişmekte Olan Ülkelerde Küreselleşmenin Yoksulluk ve Gelir Eşitsizliği Üzerindeki Etkileri. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8(3): 55-74.
87. Yar, F. (2015). Türkiye'de Gelir Dağılımı ve Yoksulluk. Global Politika ve Strateji Analizi, Nisan.
88. Yavuz, N.Ç. (2006). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi. Doğu Üniversitesi Dergisi, 7(2): 162-171.
89. Yeldan, E. (2004). Neoliberalizmin İdeolojik Bir Söylemi Olarak Küreselleşme. A.H. Köse, F. Şenses, E. Yeldan (Ed.) Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar içinde (427-451). İletişim Yayınları.
90. Yılcı, V. (2009). Yapısal Kırılmalar Altında Türkiye İçin İşsizlik Histerisinin Sınanması. Doğu Üniversitesi Dergisi, 10(2): 324-335.



Patient Safety Perception and Attitude of Health Workers and Patients: A Case of Education and Research Hospital

Şeyma Nur Er^{1,a}, Esra Çiğdem Cezlan^{2,b,*},

¹Quality Unit, Nişantaşı Hospital

²Department of Health Management, School of Health Sciences, Medipol University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 15/12/2021

Accepted: 17/02/2022

ABSTRACT

The expectation of quality service in health services is increasing day by day. In addition to the quality of treatment and care in health services, ensuring quality and patient safety has become an increasingly essential and studied subject. This study aimed to compare the attitudes and perceptions of health care workers and patients about medical errors between a private education and research hospital and a public education and research hospital. In this cross-sectional study, data were collected between April and July 2017 with a total of 1205 healthcare professionals working in the public education research hospital and private education research hospital in Istanbul, and 581 patients receiving service from these hospitals. Our research was conducted on healthcare professionals and patients using two data collection tools, Health Professional Patient Safety and Community Patient Safety Questionnaire. Descriptive statistics and chi-square tests were used in the analysis of the data in our study. 60.24% of the healthcare professionals, 53.7% of the patients are women, 28.1% of the employees are between the ages of 33-40, and 28.7% of the patients are between the ages of 41-48. Of the health workers participating in our research, 33.9% are nurses, 25.8% are physicians, and 11.5% are cleaning personnel. In our study, healthcare professionals found that 97.4% of the healthcare professionals found it effective to ensure that the same drugs are given in the prescription when buying drugs from the pharmacy. 99.8% of the patients found the legibility of the written prescription more effective in preventing medical errors. The subjects of exposure to medical errors, responsible for medical errors, the cause of medical errors, sense of medical errors, level of knowledge and awareness about medical errors, people who should be held responsible for medical errors, preventability, applicability and adequacy of medical errors in hospitals were examined. It has been observed that there are differences according to the hospitals they receive service and the types of duties of health workers.

Keywords: Accreditation, Patient safety, Malpractice, Medical error

Sağlık Çalışanlarının ve Hastaların Hasta Güvenliği Algısı ve Tutumu: Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği

Süreç

Geliş: 15/12/2021

Kabul: 17/02/2022

Öz

Sağlık hizmetlerinde kaliteli hizmet beklentisi her geçen gün artmaktadır. Sağlık hizmetlerinde tedavi ve bakım kalitesinin yanı sıra kalite ve hasta güvenliğini sağlamak da giderek önem kazanan ve üzerinde çalışılan bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada, özel eğitim araştırma hastanesi ile kamu eğitim araştırma hastanesi arasında sağlık çalışanları ve hastaların hasta güvenliğinin tıbbi hatalar ile ilgili tutum ve algılarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Kesitsel tipteki bu çalışmada veriler, İstanbul ilinde bulunan kamu eğitim araştırma hastanesi ve özel eğitim araştırma hastanesinde görev yapan toplam 1205 sağlık çalışanı ve bu hastanelerden hizmet alan 581 hasta ile Nisan-Temmuz 2017 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmamız Sağlık Çalışanı Hasta Güvenliği ve Toplum Hasta Güvenliği Anket Formu olmak üzere iki veri toplama aracı kullanılarak sağlık çalışanları ve hastalara yapılmıştır. Araştırmamızda verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler ki-kare testi kullanılmıştır. Sağlık çalışanlarının %60,24'ü, hastaların %53,7'si kadın, çalışanların %28,1'i 33-40, hastaların %28,7'si 41-48 yaş aralığındadır. Araştırmamıza katılan sağlık çalışanlarının %33,9'u hemşire, %25,8'i hekim, %11,5'i temizlik personellerinden oluşmaktadır. Araştırmamızda sağlık çalışanları tıbbi hataları önlemede %97,4 ile eczaneden ilaç alınırken reçetede ilaçların ayısının verildiğinden emin olunmasını etkili bulmuşlardır. Hastaların %99,8'i yazılan reçetenin okunaklı olmasını tıbbi hataları önlemede daha etkili bulmuşlardır. Tıbbi hatalara maruz kalma, tıbbi hataların sorumlusu, tıbbi hataların sebebi, tıbbi hatalar konusunda duyum, tıbbi hatalar konusunda bilgi ve farkındalık düzeyi, tıbbi hatalardan sorumlu tutulması gereken kişiler, tıbbi hatalar ile ilgili konuların önlenebilirliği, uygulanabilirliği ve hastanelerde yeterliliği konuları incelenmiş hasta ve sağlık çalışanlarının hizmet aldıkları hastaneler ve sağlık çalışanlarının görev türlerine göre farklılıklar olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Akreditasyon, Hasta güvenliği, Malpraktis, Tıbbi hata

Copyright



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Giriş

Ülkemizde ve dünyada toplumun her konuda olduğu gibi sağlık hizmetleri konusunda da kaliteli hizmet beklentilerinin artması sonucunda bu beklentiye yönelik çalışmalarda da artış meydana gelmiştir. Sağlığına kavuşmak veya rehabilite olmak için sağlık kuruluşlarına başvuran hastaları sağlığına kavuşturmadan daha önemlisi hastaların bu süreçte önlenmesi mümkün tıbbi hatalardan kaynaklı zarar görmesini önlemektir (Sur, 2016). Sağlık sektöründe tedavi ve bakım süreçleri ile ilgili yöntemler, teknikler teknolojik ve bilimsel gelişmelerle birlikte sürekli değişmekte ve gelişmektedir (Grabana, 2011). Hastanelerin giderek modernleşmesi ile birlikte hasta sayısının artması süreçleri daha karmaşık hale getirmekle birlikte birçok olumsuz sonuca neden olmaktadır (Mucuk, 2013). Enfeksiyon, yanlış işlem, dikkatsizlik gibi birçok örnek ile hasta güvenliği ihlalleri hastaların fiziksel ve psikolojik olarak zarar görmesine, hastanede kalış süresinin uzamasından maddi zarara ve hatta hastaların ölmesine yol açabilecek olumsuz sonuca neden olmaktadır (Sur, 2016).

Sağlık hizmetlerinde tedavi ve bakım kalitesinin yanında kalite ve hasta güvenliğini sağlamak giderek önem kazanan ve üzerinde çalışılan bir konu haline gelmiştir (Odabaşı, 2013). Hastaneler, hasta güvenliğine önem veren uluslararası akreditasyon kuruluşları ile akredite olarak yeni uygulamalar ile sağlık bakım kalitesini sürekli geliştirmektedir (Öztürk, 2013). Böylece tıbbi hatalara ve hasta güvenliği ihlallerine bağlı zararların önüne geçere büyük oranda azaltmayı ve hizmet kalitesini arttırmayı hedeflemektedir (Kayral, 2015). Ancak tıbbi hataların önlenmesi için atılacak en büyük adım tüm çalışanların tıbbi hatalar konusundaki algılarının tespit edilmesidir (Şimşek, 2013). Sağlığına kavuşmak amacıyla hastaneye başvuran hastalar tıbbi hatalar konusunda kültürel, psikolojik veya fiziksel sebeplerden dolayı kendilerini koruyamayacak durumdadır (Imai, 2013). Bu nedenler hasta ve hasta yakınlarının da tıbbi hatalar konusunda farkındalıklarının bilinmesi ve bu duruma göre gerekli önlemlerin alınması da hasta güvenliğini sağlamada önemli rol oynamaktadır (Kayral, 2015).

Tüm sağlık çalışanlarına hasta güvenliğini sağlama ve tıbbi hatalar konusunda farkındalık kazandırmak için hastaneler çeşitli uygulamalar yapmaktadır (Imai, 2013). Ancak temelinde yapılan tıbbi hataların bildirilmesi yer almalıdır. Yapılan hataların bildirilmesi ve kök neden analizi gibi iyileştirme çalışmaları ile olayların asıl kaynağının tespit edilerek kalıcı çözümler bulunması gerekmektedir. Grabana'nın yaptığı araştırmada denetimlerin hataları tamamen önlemede aktif rol almadığı çünkü insanların başka biri tarafından denetlendiğinde nasılsa hataları başka kişilerin yakalayacağı görüşünde olduğudur (Grabana, 2011). Hastanelerde bir hata ile karşılaşıldığında hatanın nedeninin çalışanların dikkatsizliği ve sorumsuzluğundan kaynaklandığı hatta en tecrübesiz veya performansı düşük çalışanların bu hatalara neden olduğu düşünülmektedir (Şimşek, 2013). Oysaki birçok hata en tecrübeli asla hata yapmayacağı düşünülen çalışanlar tarafından

yapılmaktadır (Grabana, 2011). Hatalar belki tamamen önlenemez ancak hasta güvenliği uygulamalarına uyularak birçok hatanın yapılması için süreçler zorlaştırılabilir (Kayral, 2015). Hasta güvenliğinde asıl olan kişileri suçlamak değil süreçten kaynaklı bir hata olup olmadığını, hataların kök nedenini bularak kalıcı çözümler bulmaktır (Sur, 2016).

Hasta Güvenliği

Sağlık kuruluşlarının hizmet verdikleri alan insan hayatı söz konusu olduğu için birçok disiplini bünyesinde barındıran hastalıkların teşhis ve tedavisinde kullanılan farklı teknolojik donanımlardan oluşan yüksek riskli iş yeri kapsamında değerlendirilen çok karmaşık yapıya sahip kuruluşlardır (Keskin, 2008). Böyle bir yapıya sahip kuruluşlarda hata yapma riski de oldukça yüksektir (Yılmaz, 2020). Hasta güvenliği, sağlık hizmeti sunumu süreçlerinde sağlık kuruluşları ve çalışanları tarafından önlemler alınarak hataların hastalara ulaşmadan önlenmesi ve verebileceği zararın en az şekilde etki etmesinin sağlanmasıdır (Albayrak, 2021). Çünkü sağlık hizmetlerinde meydana gelebilecek en ufak bir hata hastaların sakat kalması ve ölümü gibi geri dönüşü olmayan ciddi sorunlara yol açabilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2012).

Hasta güvenliği, JCI tarafından hastanelerin akreditasyonu sürecinde etkili olan başlıklardan birisidir. Hasta güvenliğinde, kaliteli ve güvenli bir sağlık hizmeti sürecine odaklanılmaktadır (Akyurt, 2007). Hasta güvenliğine uyulmadan verilen sağlık hizmetleri hastalık oranlarının artmasına, geri dönüşü olmayan sakatlıklara ve dolayısıyla hastanede kalış süresinin uzamasına neden olur. Ayrıca hasta ve hasta yakınlarında psikolojik ve sosyal hasarlara ve en kötüsü hastaların ölümüne sebep olmaktadır (Çakmakçı ve Akalın, 2010). Sağlık hizmetlerinin temel amaçlarından birisi hasta güvenliğinin sağlanmasıdır (Şenoğlu ve ark., 2020). Diğer bir ifadeyle sağlık hizmetlerinin öncelikli amacı yarar sağlamaktan çok önce zarar vermemektir. Ölümlerin büyük bir çoğunluğunun sebebinin güvenli olmayan sağlık hizmetleri sunumundan kaynaklanması hasta güvenliğinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (Ovalı, 2010). Hastalara zarar veren bu riskleri ortadan kaldırılarak güvenli bir hizmet sunum ortamının oluşturulması için var olan hasta güvenliği, hastalara zarar verebilecek bu zararların yok edilmesiyle ilgili bir sistem kurulmasıdır (WHO, 2019).

Sağlık hizmetlerinde kalitenin sağlanması ve hastaların güvenli bir sağlık bakım hizmeti almasını sağlayan hasta güvenliği kavramı, bir sağlık kuruluşuna hizmet almaya gelen hasta ve hasta yakınları için tıbbi ve fiziksel tüm tehlikelerin önceden belirlenerek hastalara ulaşmadan engellenmesi ve ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir (Balçık, 2010). Tüm dünyada sağlık hizmetlerinde meydana gelen hasta güvenliği ihlallerinden dolayı binlerce insan hayatını kaybetmekte ya da geri dönüşü olmayan ciddi sakatlanmalara neden olmaktadır

(Keskin, 2008). Hasta güvenliğine ilişkin uygulamalar şu şekilde sıralanabilir; hasta kimliğinin doğrulanması, etkin iletişim kurulması, çalışanlar için ilaç güvenliğinin sağlanması, transfüzyon ve radyasyon güvenliği, düşmelerin önlenmesi, sağlık hizmetleri sonucu enfeksiyonun azaltılması, cerrahi işlemlerde hatalı uygulamaları önlemek, güvenlik raporlama sistemi ve acil durum kodları şeklindedir (Korkutan ve Kurt, 2021).

Tıbbi Hatalar

Hasta güvenliği kavramının tanımında yer alan sağlık bakımından kaynaklı istenmeyen olaylarla aynı anlama gelen tıbbi hata kavramı National Patient Safety Foundation'ın tanımı da dikkate alındığında sağlık hizmetlerinin sunumu sırasında hastaya müdahalede bulunma yetkisi olan tüm sağlık personelinin herhangi bir kastı olmadan genellikle ihmalinden kaynaklanan nedenlerle meydana gelen beklenmeyen olaylar olarak tanımlanabilir (Balçık, 2010). Tıbbi hataların gerçekleşme nedenleri incelendiğinde sistemsel ya da insan kaynaklı olabilir. Tıbbi hatalar; ilaçlardan kaynaklı, hastanın kimliğini doğrulamaya ilişkin hatalar, düşmeler, iletişimsel hatalar ve hastane enfeksiyonları olarak belirtilebilir (Şenoğlu ve ark., 2020). Tıbbi hatalar sonucu hastanede yatış süresi uzayabilir, hasta ve hasta yakınlarının psikolojisi etkileyebilir. Aynı zamanda mortalite ve morbidite düzeylerini de arttırabilir (Yıldız, 2021).

Sağlık hizmetinin sunumundaki her aşamada ortaya çıkabilen ve büyük bir kısmı alınan önlemlerle ortaya çıkması önlenebilen tıbbi hatalar, hasta ve hasta yakınlarına, sağlık çalışanlarına çok büyük zararlar veren ve hem hasta hem de sağlık kuruluşu açısından büyük maddi kayıplara neden olan olaylardır (Balçık, 2010). DSÖ'nün yapmış olduğu bir araştırmaya göre sağlık hizmeti alan her 10 hastadan 1'i tıbbi hatalar nedeniyle zarar görmektedir (Aslan, 2019). Johns Hopkins hasta güvenliği uzmanlarının 2016 yılında yapmış olduğu araştırmada ABD'de yılda yaklaşık 250.000 kişi tıbbi hatalar nedeniyle hayatını kaybetmektedir (WHO, 2019). Türkiye'de ise tıbbi hatalara bağlı ölüm oranlarıyla ilgili bir çalışma bulunmamakla birlikte Sağlık Bakanlığı tarafından bildirimi yapılan çok sayıda tıbbi hata bulunmaktadır (Gözlü, 2011). Sağlık hizmetlerinin sunumu sırasında meydana gelebilecek tıbbi hatalar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (WHO, 2019);

- Medikasyon\İlaç Hataları
- Cerrahi Hatalar
- Tanı Koymada Kaynaklanan Hatalar
- Sistemden Kaynaklanan Hatalar
- Diğer Hatalar (Enfeksiyon, transfüzyon hataları, düşmelerden kaynaklı hatalar)

Tıbbi hataların bildirilmesi ve bu hataların önlenmesine yönelik Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlıkta Verimlilik Kalite ve Akreditasyon Daire Başkanlığına bağlı olarak Güvenlik Raporlama Sistemi kurulmuştur. Yapılan tıbbi hatalara yönelik bildirimlerde

kişinin kimlik bilgisi, adres bilgisi kaydedilmemektedir. Burada amaç bildirim yapan kişinin kimliklendirilmesidir. Bildirimde bulunan kişilerin kimlik bilgilerinin istenmemesinde amaç kişilerin ceza uygulamalarından çekinceleri ve doğru bilginin alınabilmesidir. Bu siteme hata sınıflandırma sistemine göre oluşturulmuş hata kodları, hatanın bildirim tarihi ve isteğe bağlı olarak tıbbi hatanın gerçekleştiği tarih bilgileri kaydedilmektedir (Yıldız 2021). Ülkemizde tıbbi hataların bildirimine ilişkin gönüllü bildirim sistemi uygulanmaktadır. Tıbbi hataların bildiriminde bir takım engellerle karşılaşmaktadır. Bu engeller tıbbi sorumluluktan kaçınmak, zamanın yetersizliği, hangi durumlarda bildirimde bulunulacağına bilinmemesi, kimliğinin belli olmasından çekinmek, iş arkadaşlarından çekinmek, hata sonucu ciddi bir zarar oluşmaması sebebiyle hatanın önemsenmemesi, hatanın bildirilmesinin bir değişim yaratmayacağına inanılması şeklindedir (Ceylan, 2021).

Güvenlik Raporlama Sistemi'ne yapılacak her bir hata bildirimini Hata Sınıflandırma Sistemleri'nde bulunan ana ve alt başlıklara göre yapılmaktadır. Hata Sınıflandırma Sistemleri'ne gelen geri bildirimlere bağlı olarak sistemde değişiklikler yapılmaktadır (Çakmak ve ark., 2018). Hata sınıflandırma sistemi mevcut durumunda cerrahi hata, ilaç hataları, laboratuvar hataları, hasta güvenliği ve nütrisyona ilişkin hatalar olmak üzere beş ana başlık yer almaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2017).

İlaç Hataları

İlaç hataları, hastaların ilaç kaynaklı olarak zarar görmesi ya da yanlış ilaç almasına bağlı olarak gelişen önlenebilir olaylardır (Ceylan, 2021). Sağlık bakım hizmeti alan hastaların tedavilerinin en önemli parçası olan ilaç uygulamaları en sık görülen tıbbi hataların başında gelmektedir (Aygin ve ark., 2020). Büyük bir çoğunluğu önlenebilir nitelikte olan ilaç hataları sadece ilaçların yanlış uygulanması değil ilaç uygulamalarında 8 doğru olan "Doğru İlaç, Doğru Hasta, Doğru Doz, Doğru Zaman, Doğru Yol, Doğru Form, Doğru Kayıt, Doğru Etki" kuralına uygun olmayan şekilde ilaç uygulamalarının yapılmasından da kaynaklanabilir (WHO, 2019).

DSÖ'nün de yapmış olduğu tanımda ilaç uygulamaları hastaların durumlarında birtakım değişiklikler sağlayıp yarar verme amacıyla uygulanan ürün şeklindeki çeşitli maddelerdir (Keskin, 2008). Temel amacı yarar sağlamak olan ilaç uygulamaları ne yazık ki hastalara çok ciddi zararlar verebilmektedir. Bazen bu ilaçlar hastalarda birtakım yan etkiye sebep olurken bazen de dikkat edilmez ise hastada alerjik reaksiyona sebep olabilir (Sur, 2013). İngiltere'de yapılan bir araştırma sonucunda her 400 kişiden birisinin günde bir defa ilaç hatasına maruz kaldığı tespit edilmiştir (Ceylan, 2021).

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre ilaç hataları; istem ve reçetelemeye ilişkin hatalar, hazırlık veya doz ayarlamaya ilişkin hatalar, sunuma ilişkin hatalar, paketleme hatası, dağıtım hatası, uygulama hatası, tedarik veya sipariş hatası, depolama ve izlem hatası olmak üzere sekiz başlıkta sınıflandırılmaktadır (Aslan, 2020).

Eczacılık hizmetlerinde temel amaç reçeteli ya da reçetesiz olarak sınıflandırılmış ilaçların hastalara ulaştırılmasıdır. Eczacılık hizmeti kapsamında yapılan faaliyetler hastaların kullandıkları ilaçları takip ederek değerlendirmek, ilaç etkileşimlerini tespit etmek, doktorlara ve hastalara bildirimde bulunmaktır (Ünal ve Bilgener, 2019).

Eczacılık hizmetleri hasta bakım kalitesini ve güvenliğini arttırmakta önemli rol oynamaktadır. Bu sebeple eczacılardan hasta bakımı sürecinde ilaç tedavilerinin kaliteli ve güvenli şekilde sağlanması beklenmektedir (Schepel ve ark., 2019).

Araştırmanın amacı hasta güvenliği ile ilgili algı ve tutumların özel eğitim araştırma hastanesi ve kamu eğitim araştırma hastanesinde çalışmakta olan sağlık çalışanları ve bu hastanelerden hizmet alan hastaların hasta güvenliği tutum ve algılarını ölçmektir.

Materyal ve Yöntem

Çalışma, İstanbul ilinde bir kamu eğitim araştırma hastanesi ve bir özel eğitim araştırma hastanesinde görev yapan sağlık çalışanları ve bu hastanelerden hizmet alan hastaların hasta güvenliği algı ve tutumlarını ölçmek amacıyla yapılan kesitsel bir araştırmadır.

Araştırmamızın evrenini Nisan-Temmuz 2017 tarihleri arasında kamu hastanesinde çalışan 2287 ve özel hastanede çalışan 1732 sağlık personeli ve her iki hastanede hizmet alan hastalar oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini hekim, hemşire, eczacı, diyetisyen, tekniker-teknisyen, temizlik personeli yardımcı sağlık personeli, fizyoterapist, hasta hizmetleri, vezne, idari kadro olmak üzere toplam 10 adet meslek grubundan 1205 sağlık personeli oluşturmaktadır.

Hastalarda ise çalışmaya katılmayı kabul eden kamu eğitim araştırma hastanesinden 281, özel eğitim araştırma hastanesinden 300 hasta olmak üzere toplamda 581 hasta örneklemini oluşturmaktadır.

İstanbul ilinde kamu eğitim araştırma hastanesi ve özel eğitim araştırma hastanesinde görev yapan sağlık çalışanları ve hizmet alan hastalara uygulanmak üzere 2 ayrı veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama araçlarından ilki Sağlık Çalışanı Hasta Güvenliği Anket Forumu'dur (Filiz, 2009). Formun birinci bölümünde 22 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ) tarafından önerilen birtakım davranışların tıbbi hataları önlemede uygulanabilirliği ve önleme düzeyine ilişkin 18 soru yer almaktadır (Hughes, 2008). Sorular uygulanabilir, uygulanamaz şeklinde ikili likert, hiç önlemez, kısmen önler, tamamen önler şeklinde üçlü likert ölçeği ile sorulmuştur. Üçüncü bölümde ise 26 soru maddesi üzerinden hasta güvenliğini sağlamak için hastanelerde yapılan uygulamaların yeterlilik düzeyi hiç yapılmıyor, yetersiz, kısmen yeterli, yeterli olarak dörtlü likert ölçeği ile sorulmuştur.

Çalışmamızın ikinci veri toplama aracı olan "Toplum Hasta Güvenliği" anket formunda ise Sağlık Çalışanı Hasta Güvenliği Anket Forumu'nun birinci bölümünde yer alan 22 soru sorulmuştur. İkinci bölümde ise uygulanabilirliği ve önleme düzeyi 18 soru maddesi üzerinden uygulanabilir, uygulanamaz ikili likert, hiç önlemez, kısmen önler,

tamamen önler şeklinde 3'lü likert ölçeği ile sorulmuştur. AHRQ ölçeğinin cronbach's Alpha değeri 0,845 bulunmuştur. Veriler, makalenin de yazarı olan ilk isim araştırmacı tarafından yüz yüze toplanmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %70'dir.

Çalışmada verilerin analizinde test tekniklerinden tanımlayıcı istatistikler ki-kare testi kullanılmıştır.

Verilerin analizinde IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 25 programı kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen veriler frekans (%) değerleri ile tartışılmıştır (Gözlü ve Kaya, 2016) (Sorra ve ark., 2014). Bu kesitsel araştırma, Nisan-Temmuz 2017 tarihleri arasında İstanbul ilinde bir kamu ve bir özel eğitim araştırma hastanesinde çalışmakta olan kolayda örnekleme yöntemi ile sağlık çalışanları ve hastalar ile yapılmıştır. Bu araştırmada ölçeğin güvenilirliği kanıtlanmış ve cronbach's Alpha değeri 0,7'den büyük olduğu için ölçek güvenilir kabul edilmiştir. İstanbul Medipol Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun 2016 yılı 254 nolu kararı ile bu çalışmaya onay alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Bulgular

Çizelge 1'de görüleceği üzere araştırmaya katılan 1205 sağlık çalışanının %28,1'i 33-40 yaş aralığında yer almaktadır. Çalışmaya katılan sağlık çalışanlarının %60,24'ü kadındır. Çalışmaya katılan sağlık personelinin %33,9'unu hemşire (ebe, sağlık memuru, att) oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan sağlık personelinin %29'u 11-15 yıl çalışma deneyimine sahiptir, %33,5'i 3 yıl ve daha fazla süredir buldukları kurumda çalışmaktadırlar.

Çizelge 2'de çalışmaya katılan 581 hastanın demografik bilgileri yer almaktadır. Çalışmaya katılan hastaların %28,7'si 41-48 yaş aralığında yer almaktadır. Hastaların %53,7'si kadındır. Çalışmaya katılan hastaların %30,0'u emeklidir. Katılımcıların %72,1'i herhangi bir kamu ya da özel hastanede yatarak tedavi görmemiştir.

Çizelge 3'te sağlık çalışanlarının hastane türü ile tıbbi hataya ilişkin bilgilerinin ilişkisi incelenmiştir. "Sağlık bakımı alırken hiç tıbbi hataya maruz kaldınız mı" sorusunda hastane türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (P<0,05). Bu farklılık, araştırmaya katılan kamu hastanesindeki çalışanların %1,6'sı sağlık bakımı alırken tıbbi hataya maruz kalmasından, araştırmaya katılan özel hastanede çalışanlarının ise hiç kalmadığını söylemesinden kaynaklıdır. "Sizce tıbbi hataları en sık hangi meslek grubundakiler yapıyor" sorusunda hastane türüne göre anlamlı farklılık vardır (P<0,001). Araştırmaya katılan kamu hastanesindeki çalışanların %53,3 hemşirelerin, araştırmaya katılan özel hastanede çalışanların ise %48,9 hekimlerin tıbbi hataları en çok yapan meslek grubu olduğunu belirtmiştir. "Tıbbi hataların meydana gelme sebepleri neler olabilir" sorusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır (P<0,001). Bu farklılığın sebebi; araştırmaya katılan kamu hastanesindeki çalışanların %2,5'i, özel hastanede çalışanların ise %8,6'sı ekip çalışmasının olmaması olarak belirtmesinden kaynaklıdır. "Tıbbi hata

durumunda tutum ne olmalıdır” sorusunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($P < 0,001$). Bu farklılığın sebebi ise kamu hastanesinden araştırmaya katılanların %35,6’sı tıbbi hata durumunda hataya uğrayanların sağlık

çalışanlarını dava etmesi gerektiğini belirtirken, özel hastaneden araştırmaya katılanların %39’u sağlık çalışanlarının hastaya açıklaması gerektiğini belirtmeleridir.

Çizelge 1. Sağlık çalışanlarının demografik bilgileri

Table 1. Demographic information of healthcare workers

Demografik özellikler	Kamu		Özel		Toplam		
	n	%	n	%	n	%	
Yaşınız	18-25	53	8,7	39	6,6	92	7,6
	26-32	127	20,8	177	29,7	304	25,2
	33-40	144	23,6	195	32,8	339	28,1
	41-48	155	25,4	134	22,5	289	24,0
	49-55	56	9,2	50	8,4	106	8,8
	55 ve üstü	75	12,3	0	0,0	75	6,2
Cinsiyetiniz	Kadın	330	54,09	396	66,55	726	60,24
	Erkek	280	45,90	226	37,98	479	39,75
Kurumdaki göreviniz nedir?	Hemşire (ebe, sağlık memuru, att)	200	32,8	209	35,1	409	33,9
	Hekim-asistan hekim	160	26,2	151	25,4	311	25,8
	Eczacı	6	1,0	2	0,3	8	0,7
	Tekniker/teknisyen	51	8,4	51	8,6	102	8,5
	Temizlik personeli	74	12,1	65	10,9	139	11,5
	Yardımcı sağlık personeli	22	3,6	13	2,2	35	2,9
	Hasta hizmetleri-vezne	62	10,2	64	10,8	126	10,5
	İdari kadro	29	4,8	34	5,7	63	5,2
	Diyetisyen	1	0,2	2	0,3	3	0,2
	Fizyoterapist	5	0,8	4	0,7	9	0,7
	Mesleğinizi kaç yıldır yapıyorsunuz?	1 yıldan az	35	5,7	27	4,5	62
1-5 yıl		158	25,9	182	30,6	340	28,2
6-10 yıl		126	20,7	132	22,2	258	21,4
11-15 yıl		133	21,8	216	36,3	349	29,0
16-20 yıl		121	19,8	21	3,5	142	11,8
21 Yıl ve Üstü		37	6,1	17	2,9	54	4,5

Çizelge 2. Hastaların demografik bilgileri

Table 2. Demographic information of the patients

Demografik özellikler	Kamu		Özel		Toplam		
	n	%	n	%	n	%	
Yaşınız	18-25	29	10,3	39	13,0	68	11,7
	26-32	46	16,4	63	21,0	109	18,8
	33-40	66	23,5	96	32,0	162	27,9
	41-48	91	32,4	76	25,3	167	28,7
	49-55	38	13,5	26	8,7	64	11,0
	55 ve üstü	11	3,9	0	0,0	11	1,9
Cinsiyetiniz	Kadın	146	52,0	166	55,3	312	53,7
	Erkek	135	48,0	134	44,7	269	46,3
Mesleğiniz nedir?	Ev hanımı	86	30,7	73	24,3	159	27,4
	Emekli	96	34,3	78	26,0	174	30,0
	İşçi	22	7,9	31	10,3	53	9,1
	Öğretmen	0	0,0	1	0,3	1	0,2
	İdari çalışan	6	2,1	11	3,7	17	2,9
	Yönetici	25	8,9	26	8,7	51	8,8
	Serbest meslek	2	0,7	14	4,7	16	2,8
	Memur	26	9,3	40	13,3	66	11,4
Herhangi Bir Kamu ya da Özel Hastanede Yatarak Tedavi Gördünüz Mü?	Esnaf	17	6,1	26	8,7	43	7,4
	Evet	78	27,8	84	28,0	162	27,9
	Hayır	203	72,2	216	72,0	419	72,1

Çizelge 3. Sağlık çalışanlarının hastane türü ile tıbbi hataya ilişkin bilgilerin ilişkisi

Table 3. The relationship between the hospital type of healthcare professionals and the information on medical errors

Tıbbi hatalar ile ilgili bilgiler		Kamu		Özel		P-değeri
		n	%	n	%	
Sağlık bakımını alırken hiç tıbbi hataya maruz kaldınız mı?	Evet	10	1,6	0	0,0	0,007*
	Hayır	46175,6	46177,5			
	Bilmiyorum	13922,8	13422,5			
Ailenizden birisi hiç tıbbi hataya maruz kaldı mı?	Evet	6	1,0	6	1,0	0,033*
	Hayır	44072,1	38865,2			
	Bilmiyorum	16426,9	20133,8			
Siz ya da ailenizden biri yaşadığınız tıbbi hata sonucunda ne tür zarar gördünüz?	Tedavinin tekrarlanması	7	1,1	5	0,8	0,237
	Hastanede kalış süresinin uzaması	5	0,8	1	0,2	
	Tıbbi hataya maruz kalmadık	59898,0	58999,0			
	Hekimler	25642,0	29148,9			
Sizce tıbbi hataları en sık hangi meslek grubundakiler yapıyor?	Hemşireler	32553,3	21736,5			P<0,001
	Yardımcı sağlık personeli	13	2,1	52	8,7	
	Hasta hizmetleri-vezne	16	2,6	35	5,9	
	Hemşirelerin sayısı olarak yetersiz kalması	61	10,0	69	11,6	
Tıbbi hataların meydana gelme sebepleri neler olabilir?	Uzun çalışma saatleri nedeniyle yorgunluk, stres	68	11,1	65	10,9	P<0,001
	İletişim bozuklukları	33	5,4	33	5,5	
	Ekip çalışmasının olmaması	15	2,5	51	8,6	
	Sağlık hizmetlerinin karmaşık yapıda olması	85	13,9	83	13,9	
	Doktorların hastalara yeterince vakit ayırmaması	76	12,5	97	16,3	
	Mesleki eğitimin yetersiz olması	13922,8	11519,3			
	Doktorların el yazısının okunaksız olması	13321,8	82	13,8		
Tıbbi hata durumunda tutum ne olmalıdır?	Sağlık çalışanları yapılan hataları hastaya açıklamalıdır	13021,3	23239,0			P<0,001
	Hata yapıldığında hastadan özür dilenmelidir	65	10,7	87	14,6	
	Hata yapanları sağlık çalışanlarını dava etmelidir	21735,6	15325,7			
	Yönetimle paylaşılmalıdır	11819,3	79	13,3		
	Hatalar söylenmemelidir	80	13,1	44	7,4	
	Hatayı yapan kişiler	14724,1	24340,8			
Sizce yapılan hatalardan kim sorumlu tutulmalıdır?	Hatanın yaşandığı kurumlar	13922,8	14023,5			P<0,001
	Her ikisi de	32453,1	21235,6			
	Evet	31551,6	33957,0			
Tıbbi hataları önlemede hastalarında sorumluluğu var mıdır?	Hayır	27344,8	22137,1			0,01**
	Bilmiyorum	22	3,6	35	5,9	
	Büyük oranda koruyabilirler	26944,1	24741,5			
Sizce hastaların tıbbi hatalardan kendilerinin koruyabilme payı nedir?	Biraz koruyabilirler	26843,9	24741,5			0,047*
	Koruyamazlar	73	12,0	10117,0		
	Hiç duymadım	79	13,0	17829,9		
	Nadiren	27945,7	22237,3			
Tıbbi hatalar konusunda ne sıklıkla duyum alıyorsunuz?	Ara sıra	21735,6	17529,4			P<0,001
	Çok sık	35	5,7	20	3,4	
	Çok güvenirim	55090,2	55793,6			
Tıbbi hatalardan korunmak için kendi bilgi ve farkındalığınıza ne kadar güveniyorsunuz?	Biraz güvenirim	60	9,8	32	5,4	P<0,001
	Güvenmem	0	0,0	6	1,0	

Not: *P<0,05 **P<0,01

“Sizce yapılan hatalardan kim sorumlu tutulmalıdır” sorusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır (P<0,001). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinde araştırmaya katılanların %53,1’i tıbbi

hatadan hem kurum hem de hatayı yapan kişilerin sorumlu tutulması gerektiğini, özel hastaneden araştırmaya katılanların %40,8’i hatayı yapan kişilerin sorumlu tutulması gerektiğini belirtmiştir. “Tıbbi hataları

önlemede hastalarında sorumluluğu var mıdır” sorusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($P<0,01$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinde araştırmaya katılanların %51,6’sı, özel hastaneden araştırmaya katılanların ise %57’si hastaların tıbbi hataları önlemede sorumluluğunun olduğunu belirtmiştir. “Sizce hastaların tıbbi hatalardan kendilerinin koruyabilme payı nedir” sorusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinde araştırmaya katılanların %44,1’i, özel hastanede araştırmaya katılanların %41,5’i büyük oranda koruyabileceğini belirtmesinden kaynaklıdır. “Tıbbi hatalar konusunda ne sıklıkla duyum alıyorsunuz”

sorusunda hastane türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinden araştırmaya katılanların %45,7’sinin, özel hastaneden araştırmaya katılanların %37,3’ünün nadiren duyduğunu belirtmesinden kaynaklanmaktadır. “Tıbbi hatalardan korunmak için kendi bilgi ve farkındalığınıza ne kadar güveniyorsunuz” sorusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinde araştırmaya katılanların %9,8’inin, özel hastaneden araştırmaya katılanların ise %5,4’ünün çok güvendiğinin belirtmesinden kaynaklanmaktadır.

Çizelge 4. Hastaların hastane türü ile tıbbi hataya ilişkin bilgilerin ilişkisi

Table 4. The relationship between the hospital type of the patients and the information about the medical error

Tıbbi hatalar ile ilgili bilgiler	Kamu		Özel		P-değeri
	n	%	n	%	
Sağlık bakımınız alırken hiç tıbbi hataya maruz kaldınız mı?	Evet	0	0,0	0	0,0
	Hayır	252	89,7	265	88,3
	Bilmiyorum	29	10,3	35	11,7
Ailenizden birisi hiç tıbbi hataya maruz kaldı mı?	Evet	0	0,0	0	0,0
	Hayır	248	88,3	258	86,0
	Bilmiyorum	33	11,7	42	14,0
Sizce tıbbi hataları en sık hangi meslek grubundakiler yapıyor?	Hekimler	225	80,1	143	47,7
	Hemşireler	15	5,3	101	33,7
	Yardımcı sağlık personeli	19	6,8	34	11,3
	Hasta hizmetleri-vezne	11	3,9	16	5,3
	Diğer	11	3,9	6	2,0
	Hemşirelerin sayısı olarak yetersiz kalması	130	46,3	30	10,0
	Uzun çalışma saatleri nedeniyle yorgunluk, stres	54	19,2	47	15,7
Tıbbi hataların meydana gelme sebepleri neler olabilir?	İletişim bozuklukları	84	29,9	24	8,0
	Ekip çalışmasının olmaması	6	2,1	27	9,0
	Sağlık hizmetlerinin karmaşık yapıda olması	7	2,5	12	4,0
	Doktorların hastalara yeterince vakit ayırmaması	0	0,0	57	19,0
	Mesleki eğitimin yetersiz olması	0	0,0	0	0,0
	Doktorların el yazısının okunaksız olması	0	0,0	82	27,3
	Diğer	0	0,0	21	7,0
Tıbbi hata durumunda tutum ne olmalıdır?	Sağlık çalışanları yapılan hataları hastaya açıklamalıdır	98	34,9	93	31,0
	Hata yapıldığında hastadan özür dilenmelidir	72	25,6	44	14,7
	Hataya uğrayanlar sağlık çalışanlarını dava etmelidir	111	39,5	84	28,0
	Yönetimle paylaşılmıştır	0	0,0	35	11,7
	Hatalar söylenmemelidir	0	0,0	44	14,7
Sizce yapılan hatalardan kim sorumlu tutulmalıdır?	Hatayı yapan kişiler	75	26,7	75	25,0
	Hatanın yaşandığı kurumlar	93	33,1	105	35,0
	Her ikisi de	113	40,2	120	40,0
Tıbbi hataları önlemede hastalarında sorumluluğu var mıdır?	Evet	78	27,8	128	42,7
	Hayır	74	26,3	153	51,0
	Bilmiyorum	129	45,9	19	6,3
Sizce hastaların tıbbi hatalardan kendilerinin koruyabilme payı nedir?	Büyük oranda koruyabilirler	203	72,2	100	33,3
	Biraz koruyabilirler	62	22,1	112	37,3
	Koruyamazlar	16	5,7	88	29,3
Tıbbi hatalar konusunda ne sıklıkla duyum alıyorsunuz?	Hiç duymadım	191	68,0	35	11,7
	Nadiren	32	11,4	154	51,3
	Ara sıra	58	20,6	92	30,7
	Çok sık	0	0,0	19	6,3
Tıbbi hatalardan korunmak için kendi bilgi ve farkındalığınıza ne kadar güveniyorsunuz?	Çok güvenirim	254	90,4	236	78,7
	Biraz güvenirim	27	9,6	27	9,0
	Güvenmem	0	0,0	37	12,3

Not:* $P<0,05$ ** $P<0,01$

Çizelge 5. Çalışanların hastane türü ile tıbbi uygulanabilirliğinin ilişkisi

Table 5. The relationship between the hospital type and medical applicability of the employees

Uygulanabilirlik	Kamu		Özel		P-değeri
	n	%	n	%	
Hastanın kullandığı bütün ilaçlarda(reçeteli veya reçetesiz doktorun haberdar olması)	58395,6	656795,3	0,816		
Hastanın ilaç alerjisinin olduğunuz bilmesi	59697,7	757797,0	0,543		
Yazılan reçetenin okunaklı olması	60298,7	757596,6	0,030*		
Eczaneden ilaç alınırken reçetede ilaçların ayısının verildiğinden emin olunması	59397,2	757496,5	0,567		
Reçete yazılırken ve eczaneden alınırken verilen bilginin anlaşılır olması	59898,0	757396,3	0,101		
İlaçların nasıl kullanılacağı konusunda açıklayıcı bilgi verilmesi	59196,9	756094,1	0,029*		
İlaçların yan etkileri konusundaki bilgilerin yazılı verilmesi	58395,6	656795,3	0,925		
Seçme şansı varsa büyük hastanelerin tercih edilmesi	55991,6	654691,8	0,937		
Hastanın, kendisine doğrudan temas edecek sağlık personelinden ellerinin yıkamasını istemesi	58295,4	54190,9	0,002*		
Taburcu olurken evde uygulanacak tedavi planının doktordan istenmesi	53988,4	54892,1	0,029*		
Cerrahın, hastaya ameliyat hakkında ayrıntılı bilgi vermesi ve ameliyat bölgesini hastayla birlikte işaretlemesi	60298,7	55893,8	P<0,001		
Tedavi ve bakımla ilgili merak edilen her şeyin sorulması	57994,9	757897,1	0,068		
Hastanın, kendisinden hangi doktorun sorumlu olduğunu bilmesi	54288,9	757997,3	P<0,001		
Klinikteki tüm sağlık çalışanlarının hastayla ilgili önemli bilgileri istemesi	58696,1	58798,7	0,009*		
Hastanın, beraberinde haklarını savunacak bir yakınının olması	54489,2	49783,5	0,004*		
Hastanın, yapılacak tüm tetkik ve işlemlerin gereklilik ve yararını sorgulaması	56192,0	50284,4	P<0,001		
Hastaya bir test yapıldıysa, hastanın sonuçları istemesi	56492,5	53990,6	0,243		
Hastanın şimdiki durumu hakkında doktor, hemşire ve diğer güvenilir kaynaklardan bilgi alması	59597,5	557296,1	0,218		

Not:*P<0,05 **P<0,01

Çizelge 4'te hastaların hastane türü ile tıbbi hataya ilişkin bilgilerinin ilişkisi incelenmiştir. Tıbbi hataları sıklıkla hangi meslek grubu yapmaktadır sorusunda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinde hizmet alan hastaların (%80,1) yüzdesinin, özel hastanede hizmet alan hastaların yüzdesinden (%47) fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Tıbbi hataların sebeplerinin neler olabileceğine ilişkin soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Araştırmaya katılan kamu hastanesindeki hastaların %46,3'ü hemşirelerin sayısı olarak yetersiz kalmasını, %29,9'u ise iletişim bozukluklarının tıbbi hataya neden olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan özel hastaneden hizmet alan hastaların ise %27,3'ü doktorların el yazısının okunaksız olması, %15,7'si ise uzun çalışma saatleri nedeniyle yorgunluk, stresin tıbbi hataya neden olduğunu belirtmişlerdir. Karşılaşılan bir tıbbi hata durumunda sergilenen tutuma ilişkin soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Kamu hastanesinde araştırmaya katılan hastaların %39,5'i hataya uğrayanlar sağlık çalışanlarını dava etmelidir, %34,9'u ise sağlık çalışanları yapılan hataları hastaya açıklamalıdır cevabını vermişlerdir. Özel hastaneden araştırmaya katılan hastaların %31'i sağlık çalışanları yapılan hataları hastaya açıklamalıdır, %28'i hataya uğrayanlar sağlık çalışanlarını dava etmelidir cevabını vermiştir. Tıbbi hataların önlenmesinde hastaların sorumluluğunun olup olmamasına ilişkin soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Araştırmaya katılan kamu hastanesindeki hastaların %27,8'i evet cevabını verirken, özel hastaneden araştırmaya katılan hastaların %42,7'si evet cevabını

vermiştir. Hastaların kendilerini tıbbi hatalardan koruyabilmede ki payına ilişkin soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Araştırmaya katılan kamu hastanesindeki çalışanların %72,2'si büyük oranda koruyabileceğini belirtirken özel hastaneden katılanların ise %33,3'ü büyük oranda koruyabileceğini belirtmiştir. Hastaların tıbbi hatalara ilişkin olarak ne sıklıkla duyum aldıklarına yönelik soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Kamu hastanesinden araştırmaya katılan hastaların %68'i hiç duymadığını belirtirken özel hastaneden araştırmaya katılanların ise %51,3'ü tıbbi hatalar konusunda nadiren duyum aldığını belirtmiştir. Tıbbi hatalardan korunma konusunda hastaların bilgi ve farkındalıklarına ne kadar güvendiklerine ilişkin soruda hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (P<0,001). Kamu hastanesinden araştırmaya katılanların %90,4'ü özel hastaneden katılanların ise %78,7'si tıbbi hatalar konusunda kendilerine çok güvendiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 5'te çalışanların hastane türü ile tıbbi uygulanabilirliğinin ilişkisi incelenmiştir. Çalışanların hastane türü ile "yazılan reçetenin okunaklı olması", "ilaçların nasıl kullanılacağı konusunda açıklayıcı bilgi verilmesi", "hastanın kendisine doğrudan temas edecek sağlık personelinden ellerini yıkamasını istemesi", "taburcu olurken evde uygulanacak tedavi planının doktordan istenmesi", "cerrahın hastaya ameliyat hakkında ayrıntılı bilgi vermesi ve ameliyat bölgesini hastayla birlikte işaretlemesi", "hastanın kendisinden hangi doktorun sorumlu olduğunu bilmesi", "klinikteki tüm sağlık çalışanlarının hastayla ilgili önemli bilgileri istemesi", "hastanın beraberinde haklarını savunacak bir

yakınının olması”, “hastanın yapılacak tüm tetkik ve işlemlerin gereklilik ve yararını sorgulaması” tıbbi hata uygulanabilirlik soruları arasında hastane türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmaktadır ($P<0,05$).

Yazılan reçetenin okunaklı olması, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%98,7) özel hastanenin ortalamasından (%96,6) fazla olmasıdır. İlaçların nasıl kullanılacağı konusunda açıklayıcı bilgi verilmesi konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%96,6) özel hastanenin ortalamasından (%94,1) fazla olmasıdır. Hastanın, doğrudan temasta bulunabilecek sağlık personelinin ellerinin yıkamasını istemesi, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%95,4) özel hastanenin ortalamasından (%90,9) fazla olmasıdır. Taburcu olacak hastanın evde uygulanacak tedaviye ilişkin planı doktordan istemesi, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%88,4) özel hastanenin ortalamasından (%92,1) düşük olmasıdır. Cerrahın, ameliyata ilişkin olarak hastaya ayrıntılı bilgi vermesi ve ameliyat edilecek bölgenin hastayla birlikte işaretlemesi, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%98,7) özel hastanenin ortalamasından (%93,8) fazla olmasıdır. Hastanın, kendisinden hangi doktorun sorumlu olduğunu bilmesi konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%88,9) özel hastanenin ortalamasından (%97,3) düşük olmasıdır. Klinikte bulunan sağlık çalışanlarının hastaya ilişkin önemli bilgileri istemesi, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%96,1) özel hastanenin ortalamasından (%98,7) düşük olmasıdır. Hastanın, beraberinde haklarını savunacak bir yakınının olması, konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,05$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%89,2) özel hastanenin ortalamasından (%83,5) fazla olmasıdır. Hastanın yapılacak tetkik ve işlemlere ilişkin olarak gerekliliğini ve yararını sorgulaması konusunda hastane türüne göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($P<0,001$). Bu farklılığın sebebi; kamu hastanesinin ortalamasının (%92) özel hastanenin ortalamasından (%84,4) fazla olmasıdır.

Tartışma

Araştırmamız kamu ve özel eğitim araştırma hastanesinde çalışan sağlık çalışanları ile aynı eğitim ve araştırma hastanesinde hizmet alan hastaların hasta güvenliği ile ilgili tutum ve algılarının tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmamıza katılan sağlık

çalışanlarının yaş ortalamasının 33-40 yaş aralığında (%28,1) yoğunlaştığı görülmektedir. Bunu sırasıyla %25,2 ile 26-32 yaş aralığı ve %24,0 ile 41-48 yaş aralığı takip etmektedir. Filiz (2009) tarafından yapılmış olan araştırmada sağlık çalışanlarının %50,7’sinin 25-34 yaş aralığında yer aldığı görülmüştür (Filiz, 2009). Bir devlet hastanesinde çalışmakta olan sağlık personelinin hasta güvenliği kültürü algısını ölçmek amacıyla yapılan bir başka çalışmada ise sağlık personelinin %39,3’ünün 30-34 yaş aralığında yoğunlaştığı görülmüştür (Yardımcı ve ark., 2014). Araştırmamızda olduğu gibi diğer çalışmalarda da sağlık çalışanlarının 25-40 yaş aralığında genç ve dinamik bir nüfusta yoğunlaştığı görülmektedir.

Araştırmamız sonucunda sağlık çalışanlarının %60,24’ünün kadın ve %39,75’inin erkek olduğu analiz edilmiştir. Gülay (2016) tarafından özel bir üniversite hastanesinde sağlık personelinin hasta güvenliği kültürünü değerlendirmek amacıyla yapılan araştırmaya katılan sağlık personellerinin %77’si kadındır (Gülay, 2016). Filiz (2009) tarafından yapılan araştırmada sağlık çalışanlarının %69,3’ü kadındır (Filiz, 2009). Orhan ve Yücel (2017) tarafından “Türkiye’de Sağlık Hizmetleri Sunumuna Cinsiyet Açısından Bakış” isimli çalışmada da kadınların çalışma hayatında giderek, aktif rol oynadığını belirtmişlerdir (Orhan ve Yücel, 2017). TÜİK 2018 yılı kadın çalışan istihdamına bakıldığında kadınların %28,9’unun (TÜİK, 2018) çalışma hayatında olduğu ancak sağlık sektöründe ise kadın istihdam oranının %55 olduğu görülmektedir (Çelik ve Etiler, 2011). Toplumsal açıdan kadının annelik rolü olduğu için nöbet gibi durumlardan dolayı sağlık sektöründe fazla aktif olmaması beklenmesine rağmen hem araştırmamız da hem de literatürdeki diğer çalışmalarda kadınların aktif olduğu görülmektedir (Kuzucu, 2007).

Araştırmamıza katılan sağlık çalışanlarının %33,9’unu hemşireler, %25,8’ini hekimler, %11,5’ini temizlik personelleri oluşturmaktadır. Kamu hastanesinde %32,8’i hemşire % 26,5’i hekim olup özel hastanede %35,1’i hemşire %25,4’ü hekimdir. Her iki eğitim ve araştırma hastanesinde de hekim ve hemşirelerin daha fazla olduğu görülmektedir. Gülay (2016) tarafından yapılan araştırmada da sağlık personelinin %14,1’i hekim, %36’sı ise hemşiredir (Gülay, 2016). Filiz (2009) tarafından yapılan araştırmada ise sağlık personelinin %20,5’i hekim, %24,2’si hemşiredir (Filiz, 2009). Yine bir kamu hastanesinde yapılan benzer bir araştırmada ise hemşireler araştırmanın %86,1’ini oluşturmaktadır (Yardımcı ve ark., 2014). Bu veriler araştırmamızdan elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Çalışanların %29’unun mesleki kıdemini 11-15 yıl arasında, %28,2’sinin 1-5 yıl arasında olduğu analiz edilmiştir. Gülay (2016) yapmış olduğu araştırma sağlık çalışanlarının %43,7’sinin mesleki kıdemini 1-5 yıl arasında yoğunlaştığı görülmüştür (Gülay, 2016). Yapılan bir başka çalışmada sağlık çalışanlarının %47,6’sının mesleki kıdemi 1-5 yıl arasındadır (Tansüyer, 2010).

Araştırmamıza katılan hastaların %28,7’si 41-48 yaş aralığında ve %27,9’u 33-40 yaş aralığında yoğunlaştığı görülmektedir. Benzer bir araştırmada hastaların

%43,3'ünün 25-34 yaş grubu arasında yoğunlaştığı görülmüştür (Filiz, 2009). TÜİK verilerine göre 2018 yılında nüfusun yaşa göre dağılıma bakıldığında Türkiye nüfusunun %67,8'i 15-64 yaş arasında yoğunlaştığı görülmektedir (TÜİK, 2020).

Hastaların mesleki durumuna bakıldığında %30'unun emekli, %27,4'ünün ise ev hanımı olduğu analiz edilmiştir. Kamu hastanesinden hizmet alan hastalarda ev hanımı ve emekli olan kişilerin yoğun olduğu bu da kamu hastanesine başvuran hasta oranının yüksek (%75) olmasını etkilemektedir. Nüfusun %6,66'sı emekli, %5,44'ü ev hanımıdır (TÜİK, 2018). Filiz (2009) tarafından yapılan araştırmada da hastaların %47,5'inin ev hanımı olduğu analiz edildiğinde elde edilen veriler araştırmamızı desteklemektedir (Filiz, 2009).

Araştırmamız sonucunda özel eğitim ve araştırma hastanede hizmet veren sağlık çalışanları arasında tıbbi hatalar konusunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir; kamu hastanesindeki çalışanların %1,6'sı sağlık bakımı alırken tıbbi hataya maruz kalmıştır. Araştırmaya katılan özel hastane çalışanları ise hiç tıbbi hataya maruz kalmamışlardır. Konu ile ilgili benzer araştırmalara bakıldığında hemşirelerin tıbbi hatalar ile ilgili farkındalıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür (Canatan ve ark., 2015). Uluslararası literatürde sağlık çalışanlarının tıbbi hataya maruz kalma oranlarının %30-35'lerde olduğu görülmektedir (Gallagher ve ark., 2006). Filiz (2009) tarafından yapılan araştırmada sağlık çalışanlarının %23,3'ünün tıbbi bir hataya maruz kaldığı tespit edilmiş olup araştırmamızdan elde edilen verileri desteklememektedir (Filiz, 2009). Sağlık çalışanları ne kadar tıbbi hatalar konusunda kendilerine güvenseler ve farkında olsalar da hasta konumunda oldukları için kendilerini koruma oranı da düşmektedir. Yapılan araştırmalarda ABD'de her yıl 98 bin, Türkiye'de günde 100, yılda ise 3 bin kişinin tıbbi hatalardan dolayı öldüğü tespit edilmiştir (Öktemer, 2009).

Hem kamu hem de özel hastanede araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının %1'inin ailelerinden biri tıbbi hataya maruz kalmıştır. Benzer bir araştırmada ise sağlık çalışanlarının %25,2'sinin ailelerinden biri tıbbi hataya maruz kalmıştır (Filiz, 2009).

Kamu hastanesinde çalışanların %53,3'ü tıbbi hataları en çok hemşirelerin yaptığını düşünürken özel hastanede çalışanların %48,9'u tıbbi hatalardan hekimleri sorumlu tutmuştur. Hemşireler tıbbi hataları en çok hekimlerin yaptığını, hekimler ise hemşirelerin yaptığını belirtmiştir. Genel olarak özel hastanede hekimler ve kamu hastanesinde ise hemşireler sorumlu tutulmaktadır. Filiz (2009) tarafından yapılmış olan araştırmada sağlık çalışanlarının %38,2'sinin tıbbi hatalardan hekimleri sorumlu tuttıkları görülmüştür (Filiz, 2009). Başka bir araştırmada ise hekimlerin %55,2'sinin tıbbi hatalara sebep olduğu tespit edilmiştir (Gallagher ve ark., 2006).

Kamu hastanesinde sağlık çalışanlarının %35,6'sı tıbbi hataya uğrayan kişilerin sağlık personelinin dava etmesi gerektiğini, %21,3'ü sağlık çalışanlarının yaptıkları hataları hastalara açıklaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Özel hastanede çalışanlar ise %39'u sağlık çalışanlarının yapılan

tıbbi hataları hastalara açıklanması gerektiğini %25,7'si ise hataya uğrayanların sağlık çalışanlarını dava etmesi gerektiğinin öne sürmüşlerdir. Yapılan bir çalışmada katılımcıların %75,6'sı hataların hastalara açıklanmasının daha etik olacağını, %22,1'inin ise cezai yaptırım uygulanması gerektiğini belirtmişlerdir. Hekimlerin %33,3'ü, hemşirelerin %46,8'i, diğer sağlık çalışanlarının ise %48,9'u mesleki itibar gibi çeşitli nedenlerden dolayı hataların kabul edilmemesi ve hataların hastalara açıklanmaması ve özür dilenmemesi görüşündedir (Singer ve ark., 2003). Gallagher ve ark. yaptığı araştırmada tıbbi hataların hastaya açıklanmaması ve özür dilenmemesi gerektiğinin savunmuşlardır (Gallagher ve ark., 2006).

Kamu hastanesinde çalışanların %53,1'inin tıbbi hatalarda hem kurum hem de hatayı yapan kişilerin sorumlu olduğunu, özel hastanede ise sağlık çalışanlarının %40,8'inin hatayı yapan kişilerin sorumlu tutulması gerektiği görüşünü savundukları görülmüştür. Kamu hastanesinde sadece kişilerin değil hataya sebep olan süreç ile ilgili herkesin sorumlu olduğu düşünülmektedir. Benzer araştırmalarda ise tıbbi hataya neden olan kişilerin sorumlu tutulması ve cezalandırılması yönünde bir algılama vardır (Filiz, 2009).

Özel hastanede çalışanlar %57'si, kamu hastanesinde çalışanların ise %51,6'sı hastaların tıbbi hataları önlemede sorumluluğunun olduğunu düşünmektedir. Başka bir çalışmada araştırmaya katılan doktorların %84'ü, diğer sağlık çalışanlarının %74,2'si ve hemşirelerin ise %74,2'si hastaların tıbbi hatalar konusunda sorumlu olabileceği düşünmektedir (Singer ve ark., 2003). Filiz (2009) tarafından yapılan araştırmada ise sağlık çalışanlarının %23,1'inin hastaların tıbbi hatalara karşı büyük oranda koruyabileceği analiz edilmiş olup bu sonuç araştırmamızdan elde edilen sonuçları desteklememektedir (Filiz, 2009). Bu tezatlık sağlık çalışanlarının kendilerine güvendiğini ancak bir hata durumunda da sorumluluktan kaçtıklarının göstergesidir.

Kamu hastanesinde çalışanların %45,7'si, özel hastanede çalışanların %37,3'ü nadiren tıbbi hatalar konusunda duyum aldığını belirtmişlerdir. Kamu hastanesinde çalışanların tıbbi hatalara daha fazla maruz kaldığı düşünüldüğünde tıbbi hatalar ile ilgili duyum alma sıklığının da fazla olması beklenen bir sonuçtur. Filiz (2009) yapmış olduğu araştırmada sağlık çalışanlarının %7'sinin tıbbi hataları nadiren duyduğu analiz edilmiş olup araştırmamızla yakın sonuçlar elde edilmiştir. Kamu hastanesinden hizmet alan ve araştırmaya katılan hastaların %89,7'si özel hastaneden hizmet alan hastaların ise %88,3'ü sağlık bakımı alırken tıbbi hataya maruz kalmadığını belirtmiştir. Başka bir çalışmada hastaların yaklaşık %40'luk bir kısmının tıbbi hataya maruz kaldığını açıklamıştır (Filiz, 2009). Böyle bir farklılık olmasının sebebi ya hastaların gerçekten tıbbi hataya maruz kalmaması ya da tıbbi hatalar konusunda bilgi sahibi ve farkındalığının olmamasından kaynaklanmaktadır. Araştırmamızda hem kamu hem de özel hastaneden hizmet alan hastaların hiç birinin ailesi tıbbi hataya maruz kalmamıştır.

Kamu hastanesinde hizmet alan hastaların 80,1'i, özel hastaneden hizmet alan hastaların %47,67'si tıbbi hatalar konusunda hekimleri sorumlu tutmuşlardır.

Araştırmamızda diğer çalışmalarda olduğu gibi hastalar tıbbi hatalardan teşhis ve tedavisinde asıl sorumlu olan hekimleri sorumlu olarak görmektedir (Blendon ve ark., 2002). Ancak gelişmiş ülkelerde bizim ülkemize kıyasla hekimlere olan güven daha yüksektir (Aiken ve ark., 2002).

Özel hastanede hizmet alan hastaların %27,3'ü doktorların el yazısının okunaksız olmasının, kamu hastanesinde ise hastaların %46,3'ü hemşire sayısının yetersiz kalmasının tıbbi hataya neden olduğunu belirtmişlerdir. Buradan da görüldüğü üzere araştırmamızda kamu hastanesinde çalışanların da kabul ettiği üzere hasta yoğunluğunun fazla olması nedeniyle hastalara yeterince vakit ayrılmadığı görülmektedir. Literatürde yer alan bir başka çalışmada tıbbi hataların sebebinin hastalara yeterince vakit ayrılmaması, uzun çalışma saatleri nedeniyle yorgunluk ve stres olduğu görülmektedir (Gallagher ve ark., 2006). Bir başka çalışmada tıbbi hataların ortaya çıkma nedeni personel sayısının yetersiz olması olarak saptanmıştır (Kim ve ark., 2018). Literatürde yer alan benzer bir çalışmada hem kamu hem de özel hastanede hemşire sayısının yetersiz olmasının tıbbi hatalara neden olduğu sonucuna varılmıştır (Çelik ve Öztürk, 2021). Bu sonuçlar araştırmamızla benzerlik göstermektedir.

Kamu hastanesinden katılan hastalar %39,5'i hataya uğrayanların sağlık çalışanlarını dava etmesi gerektiğini, %34,5'i hastaya açıklaması gerektiğini düşünmektedirler. Özel hastaneden çalışmaya katılan hastaların %31'i sağlık çalışanlarının yapılan hataları hastaya açıklaması gerektiğini, %28'i ise sağlık çalışanlarını dava etmesi gerektiğini belirtmiştir. Benzer literatürlerde de hastalara kendilerine tıbbi bir hata yapıldıysa açıklanması ve özür dilenmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Güleç, 2012).

Hem kamu (%40,2) hem de özel hastanede (%40) hizmet alan hastalar tıbbi hatadan hem kurum hem de çalışanların sorumlu olduğunu belirtmiştir. Literatürde yer alan diğer çalışmalar ise hastalar tıbbi hataların sorumlusu olarak hatayı yapan kişilerin sorumlu olduğunu göstermektedir (Boscarino ve Adams, 2003). Araştırmamızda hastaların bu konudaki farkındalığının yüksek olduğu sadece hatayı yapanların değil hataya sebep olan herkesi sorumlu olarak gördükleri görülmektedir.

Özel hastaneden katılanlar %42,7'si, kamu hastanesinden katılanların %27,8'i hastaların tıbbi hataları önlemede sorumluluğunun olduğunu belirtmiştir. Araştırmamızda olduğu gibi diğer araştırmalarda da hastalar tıbbi hatalar konusunda sorumluluklarının olmadığını belirtmiştir (Filiz, 2009). Hastalar tıbbi hatalar ile ilgili bilgilerini yetersiz olması, tedavi almak ve sağlığına kavuşmak için hastanede olduğunu düşünmesi nedeniyle sorumluluk almak istememektedirler.

Kamu hastaneden katılanların %72,2'si tıbbi hatalar konusunda kendilerini büyük oranda koruyabileceğinin düşünürken özel hastaneden katılanların %37,3'ü biraz olarak belirtmiştir. Diğer araştırmalarda da hastaların kendilerinin tıbbi hatalarda koruyamayacakları algısı ağır basmaktadır (Filiz, 2009). Kamu hastanesinde hizmet alan hastalar daha çok (%68,0) tıbbi hataları hiç duymadığını

özel hastanede hizmet alanlar ise (%51,3) nadiren duyduğunu belirtmiştir. Buradan kamu hastanesinde hizmet alanların tıbbi hatalar konusunda farkındalıklarının olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Yapılan bir araştırmada hastaların tıbbi hatalar ile ilgili duyum alma oranlarının yüksek olduğu saptanmıştır (Gallagher ve ark., 2006). Her ne kadar araştırmamızda tıbbi hataya uğradığını belirten hasta olmasa da bunu gerçekten tıbbi hataya uğramadığını düşünerek nadiren ve ara sıra duyum aldığını belirten hastalarında oranlarının da yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir araştırmada ise hastalar tıbbi hatalar konusunda kendilerini koruyamayacaklarını düşünmektedirler (Filiz, 2009). Araştırmamıza katılan hastalar tıbbi hatalar ile ilgili sorumluluklarının olmadığını düşünürken tıbbi hatalar konusunda büyük oranda güvendiklerini belirtmişlerdir. Bu tezatlığının sebebi hastaların kendilerine güvendikleri ancak bir hata olması durumunda kendilerini değil sağlık çalışanlarının sorumlu tutularak sorumluluğun alınmamasıdır.

Sağlık çalışanların tıbbi hataları en çok önlenbilir buldukları konulara bakıldığında; %97,4 ile eczaneden ilaç alınırken reçetede ilaçların ayısının verildiğinden emin olunması, %95,7 hastanın ilaç alerjisinin olduğunun bilinmesi, %95,2 ilaçların nasıl kullanılacağı konusunda açıklayıcı bilgi verilmesi, %94,4 yazılan reçetenin okunaklı olması, %90,2 reçete yazılması ve ilaçların eczaneden alınması sırasında verilen bilginin anlaşılır olması, %89,5 hastanın kullanmakta olduğu reçeteli veya reçetesiz ilaçlarla ilgili doktorun bilgisinin olması olarak belirtmişlerdir. Seçme şansı varsa büyük hastanelerin tercih edilmesi (%10,1) ve hastanın beraberinde haklarını savunacak bir yakınının olması (%14,9) ise tıbbi hataların önlenebilirliği açısından sağlık çalışanlarının daha az önemli buldukları konulardır. Filiz (2009) tarafından yapılan çalışmada hastanın ilaç alerjisini doktorunun bilmesi, hastanın kullanmakta olduğu reçeteli veya reçetesiz ilaçlarla ilgili doktorun bilgisinin olması gerek reçete yazılması esnasında gerekse eczaneden ilaç alınırken verilen bilginin anlaşılır olması, ilaçların nasıl kullanılacağı konusunda bilgi verilmesi konuları araştırmamızda olduğu gibi literatürdeki sağlık çalışanlarının tıbbi hataların önlenebilirliğinde en önemli buldukları konulardır (Filiz, 2009). "Hasta Güvenliği ve Tıbbi Hatalar Konusunda Sağlık Personelinin Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması" isimli çalışmada ilaç hakkında yeterli bilgi sahibi olunmaması, hastayla ilgili alerji bilgisinin yokluğu konuları ise tıbbi hatalarda yüksek derecede önemli konular olup hem araştırmamızda hem de diğer literatür çalışmalarında önlenabilir ancak ciddi hasarlara neden olabilecek ilaç ile ilgili konuların daha fazla önem kazandığı görülmektedir. Sağlık çalışanlarının tıbbi hataları önlemede ise en fazla uygulanabilir buldukları konular ise yazılan reçetenin okunaklı olması, hastanın ilaç alerjisinin olduğunun bilinmesi, klinikteki tüm sağlık çalışanlarının hastayla ilgili önemli bilgileri istemesi, gerek reçete yazılırken gerekse eczaneden alınırken ilaç ile ilgili verilen bilginin anlaşılır olması, eczaneden ilaç alınırken reçetede ilaçların ayısının verildiğinden emin olunması olarak belirtmişlerdir. Hastanın, yapılacak tüm

tetkik ve işlemlerin gereklilik ve yararını sorgulaması ve hastanın beraberinde haklarını savunacak bir yakınının olması sağlık çalışanlarına göre tıbbi hataları önlemede uygulanabilirliği en az olan konulardır. Konuya ilişkin olarak literatürde yer alan bir çalışmada hastanın ilaç alerjisini doktorunun bilmesi, reçete yazılırken ve eczaneden alınırken verilen bilginin anlaşılır olması, konuları ise sağlık çalışanlarının da araştırmamızda olduğu gibi tıbbi hataları önlemede en çok uygulanabilir buldukları konulardır (Kuş, 1999).

Sonuç

Tıbbi hatalara maruz kalma, tıbbi hataların sorumlusu, tıbbi hataların sebebi, tıbbi hatalar konusunda duyum, tıbbi hatalar konusunda bilgi ve farkındalık düzeyi, tıbbi hatalardan sorumlu tutulması gereken kişiler, tıbbi hatalar ile ilgili konuların önlenebilirliği, uygulanabilirliği ve hastanelerde yeterliliği konuları incelenmiş hasta ve sağlık çalışanlarının hizmet aldıkları hastaneler ve sağlık çalışanlarının görev türlerine göre farklılıklar olduğu görülmüştür.

Araştırmamız sonucunda sağlık çalışanlarının tıbbi hatalara uğrama oranının çok düşük olduğu hatta özel hastanede çalışanların hiç tıbbi bir hataya maruz kalmadığı görülmüştür. Hastaların da hem kendileri hem de ailelerinden birinin tıbbi bir hatayla karşılaşmadığı ve hem çalışanların hem de hastaların tıbbi hatalar konusunda farkındalıklarının tam olarak gelişmediği görülmüştür. Kamu hastanesinde çalışanların tıbbi hatalar konusunda hekimleri, özel hastanede çalışanların ise hemşireleri tıbbi hatalardan sorumlu tuttıkları görülmüştür. Hem kamu hem de özel hastaneden araştırmaya katılan hastaların ise tıbbi hatalarda hekimleri sorumlu tuttıkları görülmüştür. Hem kamu hem de özel hastanede çalışanlar için tıbbi hatalara mesleki eğitimin yetersiz olması ve doktorların el yazısının okunaksız olmasının sebep olduğu görülmüştür. Kamu hastanesinde çalışanların tıbbi bir hata sonucunda hataya uğrayan kişilerin dava etmesi gerektiğini özel hastanede çalışanların tıbbi hataların kabullenilerek hastalara açıklanması gerektiğini düşündükleri görülmüştür. Kamu hastanesinden hizmet alan hastaların sağlık çalışanlarının dava edilmesi gerektiğini, özel hastaneden hizmet alan hastaların ise tıbbi hataların hastaya açıklanması gerektiğini düşündükleri görülmüştür. Kamu hastanesinde çalışanlar için tıbbi hatalardan hem hastaların hem de kurumların sorumluluğu olduğu özel hastanede çalışanlar için ise tıbbi hatalardan sadece hatayı yapan kişinin sorumlu olduğunu, her iki hastaneden de araştırmaya katılan hastaların tıbbi hatalardan hem kurum hem de çalışanların sorumlu olduklarını düşündükleri görülmüştür. Araştırmaya katılan sağlık çalışanları ve hastalara göre hastaların tıbbi hataları önlemedeki sorumluluklarının yüksek olduğunu düşündükleri görülmüştür. Hem hasta hem de sağlık çalışanlarının tıbbi hatalardan hastaların kendilerini büyük oradan koruyabileceklerini düşündükleri görülmüştür. Çalışanların tıbbi hatalar konusunda duyum alma sıklıklarının düşük olduğu, kamu hastanesinden katılan

hastaların büyük çoğunluğunun tıbbi hatalar konusunda hiç duyum almadığı görülmüştür. Sağlık çalışanlarının tıbbi hatalar konusunda bilgili ve farkındalıklarına güvenme oranının yüksek olduğu, araştırmaya katılan hastalarda kendi bilgi ve farkındalıklarına yüksek oradan güvendikleri görülmüştür. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre hasta güvenliği ile ilgili farkındalığın geliştirilmesi için şu önerilerde bulunulabilir;

- Tüm sağlık çalışanlarına hasta güvenliği ve tıbbi hatalar ile ilgili eğitimler verilmelidir. Sağlık çalışanlarının hiçbir tıbbi hatayı saklamaması konusunda farkındalıklarının artırılması gerekmektedir. Hasta güvenliğini sağlama konusunda tüm çalışanların öncelikle cesaretlendirilmesi, her türlü hatayı paylaşabilmeleri için yönetim tarafında desteklenmesi gerekmektedir. Çalışanlar hasta güvenliği ihlalleriyle ilgili bildirim yaparken gizliliği mutlaka güvenlik raporlama sistemine uygun olarak korunması gerekmektedir.
- Hasta güvenliğini sağlama konusunda en büyük faktör olan hastaların da bu süreçte aktif rol almaları ve kendilerini tıbbi hatalardan korumak ve güvenliklerini sağlamak amacıyla sürece dâhil edilmeleri gerekmektedir. Hastaların tıbbi hatalar konusunda farkındalıklarının artırılması nelerin tıbbi hata olarak kabul edilebileceğinin bilmeleri için hasta ve hasta yakınlarına eğitimler verilmelidir.
- Tıbbi hatalar konusunda çalışanların yanı sıra hastaların da bildirim yapabilecekleri bir sistemin olması ve böylelikle hastaların da tıbbi hatalara maruz kalma konusundaki bilgi ve farkındalıklarının analiz edilmesi sağlanabilir.

Extended Abstract

The increase in the number of patients with the increasing modernization of hospitals makes the processes more complex. It causes many negative results (Mucuk, 2013). Violations of patient safety, with many examples such as infection, wrong procedure, and carelessness, cause many negative consequences that can lead to physical and psychological harm to patients, material damage from a prolonged hospital stay, and even death of patients (Sur, 2016).

Hospitals carry out various practices to ensure patient safety and raise awareness of medical errors for all healthcare professionals (Imai, 2013). However, the basis should be the reporting of medical errors. Permanent solutions need to be found by identifying the root cause of the incidents through improvement studies such as reporting the errors and root cause analysis. In Graban's research, it is stated that audits do not take an active role in preventing errors completely because people think that other people will catch errors when audited by someone else (Grabau, 2011). The aim of the study is to measure the patient safety attitudes and perceptions of the health professionals working in a private education research hospitals and public education research hospitals and the

patients receiving service from these hospitals. The study is a cross-sectional study conducted to measure patient safety perceptions and attitudes of healthcare professionals working in a public education and research hospital and a private education research hospital in Istanbul and the patients receiving service from these hospitals. The research population consists of 2287 health personnel working in the public hospital and 1732 working in the private hospital between April and July 2017, and patients receiving service in both hospitals. The study sample consists of 1205 health personnel from 10 occupational groups, including physicians, nurses, pharmacists, dieticians, technicians, cleaning personnel, assistant health personnel, physiotherapists, patient services, cashier, and administrative staff. In the patients, the sample consists of 581 patients in total, 281 from the public education and research hospital, and 300 from the private education and research hospital, who agreed to participate in the study. 60.24% of the health workers participating in the study are women. Nurses (midwife, health officer, att) constitute 33.9% of the health personnel participating in the study. 29% of the health personnel participating in the study have 11-15 years of working experience, 33.5% have been working in the institution for three years or more. Of the 581 patients participating in the study, 28.7% were between the ages of 41-48. 53.7% of the patients are women. 30.0% of the patients participating in the study are retired. 72.1% of the participants did not receive inpatient treatment in any public or private hospital. The subjects of exposure to medical errors, responsible for medical errors, the cause of medical errors, sense of medical errors, level of knowledge and awareness about medical errors, people who should be held responsible for medical errors, preventability, applicability and adequacy of medical errors in hospitals were examined. It has been observed that there are differences according to the hospitals they receive service and the types of duties of health workers. As a result of our research, significant differences in medical errors were determined between health workers serving in special education and research hospitals; 1.6% of employees in a public hospital were exposed to medical errors while receiving health care. Private hospital employees participating in the study were not exposed to any medical errors. Looking at similar studies on the subject, it was seen that nurses' awareness of medical errors was higher (Canatan et al., 2015). In the international literature, it is seen that the rate of exposure of healthcare workers to medical errors is 30-35% (Gallagher et al., 2006). In the study conducted by Filiz (2009), it was determined that 23.3% of the healthcare professionals were exposed to a medical error, and the data obtained from our research does not support it (Filiz, 2009). Although healthcare professionals are confident and aware of medical errors, the rate of self-protection decreases because they are in the position of patients. In the research, it has been determined that 98 thousand people die every year in the USA, 100 people a day in Turkey, and 3 thousand people a year due to medical errors (Öktemer, 2009).

As a result of our research, it has been analyzed that 60.24% of the health workers are female, and 39.75% are male. 77% of the health personnel participating in the research conducted by Gülay (2016) to evaluate the patient safety culture of healthcare personnel in a private university hospital are women (Gülay, 2016). One of the families of 1% of the health workers participating in the research in both public and private hospitals was exposed to a medical error. In a similar study, one of the families of 25.2% of healthcare professionals was exposed to a medical error (Filiz, 2009). While 53.3% of those working in public hospitals thought that nurses made the most medical errors, 48.9% of those working in private hospitals held physicians responsible for medical errors. Generally, physicians in private hospitals and nurses in public hospitals are held responsible. In the study conducted by Filiz (2009), it was seen that 38.2% of health professionals hold physicians responsible for medical errors (Filiz, 2009). In another study, it was determined that 55.2% of physicians caused medical errors (Gallagher et al., 2006). 35.6% of the health workers in the public hospital stated that people who have suffered a medical error should sue the health personnel. On the other hand, 39% of those working in private hospitals stated that the medical errors of the healthcare professionals should be explained to the patients. In a study, 75.6% of the participants stated that it would be more ethical to explain the mistakes to the patients, and 22.1% stated that criminal sanctions should be applied. 33.3% of physicians, 46.8% of nurses, and 48.9% of other healthcare professionals are of the opinion that mistakes are not accepted due to various reasons such as professional reputation, mistakes are not explained to patients, and apologies are not made (Singer et al., 2003). In another study, they argued that medical errors should not be explained to the patient and apologized (Gallagher et al., 2006). Considering the issues that health professionals find the most preventable medical errors; Making sure that the same drugs are given in the prescription when buying drugs from the pharmacy with 97.4%, 95.7% knowing that the patient has a drug allergy, 95.2% giving explanatory information on how to use the drugs, 94.4% the prescription is legible, 90.2% 89.5% stated that the information given when writing a prescription and getting it from the pharmacy is understandable. The doctor is aware of all the drugs (prescription or non-prescription) used by the patient. Considering the issues that health professionals find the most preventable medical errors; making sure that the same drugs are given in the prescription when buying drugs from the pharmacy with 97.4%, 95.7% knowing that the patient has a drug allergy, 95.2% giving explanatory information on how to use the drugs, 94.4% the prescription is legible, 90.2% 89.5% stated that the information given when writing a prescription and getting it from the pharmacy is understandable, and the doctor is aware of all the drugs (prescription or non-prescription) used by the patient. If there is a choice, choosing large hospitals (10.1%) and having a relative with the patient to defend their rights (14.9%) are the issues that healthcare professionals consider less important in terms of

the preventability of medical errors. In the study conducted by Filiz (2009), the doctor's knowledge of the patient's drug allergy, the doctor is aware of all the drugs (prescription or non-prescription) the patient uses, the information is given when writing a prescription and getting it from the pharmacy and providing explanatory information on how to use the drugs are among the health professionals in the literature. are the most critical issues in the preventability of medical errors (Filiz, 2009). According to the findings obtained as a result of the research, the following suggestions can be made to improve awareness about patient safety;

All healthcare professionals should be given training on patient safety and medical errors. It is necessary to increase the awareness of healthcare professionals about not hiding any medical errors. In order to ensure patient safety, first of all, all employees should be encouraged and supported by the management so that they can share any mistakes. While employees are reporting patient safety violations, their confidentiality must be protected in accordance with the security reporting system. Patients, who are the most significant factor in ensuring patient safety, should also take an active role in this process and be included in the process to protect themselves from medical errors and ensure their safety. Training should be given to patients and their relatives to increase the awareness of patients about medical errors and to know what can be considered medical errors. It can be ensured that there is a system in which patients, as well as employees, can report medical errors. Thus the knowledge and awareness of patients about being exposed to medical errors can be analysed.

Kaynaklar

- Aiken, L.H., Clarke, S.P., Sloane, D.M., Sochalski, J.A., Buse, R., Clarke, H., Giovannetti, P., Hunt, J., Rafferty, A.M., Shamian, J. (2002). Nurses Reports On Hospital Care In Five Countries, Cross-National Comparisons, Health Affairs.
- Akyurt, N. (2007). Hastanelerde Akreditasyon Standartları: İstanbul'daki Özel Hastanelerin Radyoloji Yöneticilerinin Standartları Ne Ölçüde Yerine Getirildiği Konusundaki Görüşlerine İlişkin Bir Araştırma, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- Albayrak, A. (2021). Farklı Birimlerde Çalışan Hemşirelerin Tıbbi Hataya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aslan, Y. (2019). Bir Üniversite Hastanesinde Bildirimi Yapılan Tıbbi Hata/Olayların Dünya Sağlık Örgütü Hasta Güvenliği Uluslararası Sınıflandırmasına Göre Değerlendirilmesi. Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Aslan, Y. (2020). İlaç kaynaklı tıbbi hata/olay bildirimlerin Dünya Sağlık Örgütü "Hasta Güvenliği Uluslararası Sınıflandırmasına göre değerlendirilmesi. J Health Sci Med, 3(1): 20-25.
- Aygin, D., Yaman, Ö., Bitirim, E. (2020). İlaç Uygulama Hataları: Acil Servis Örneği. Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi, 9(2): 75-82.
- Balçık Akman, A. (2010). Hasta Güvenliği Kültürü Ve Bir Üniversite Hastanesinde Çalışan Hemşirelerin Hasta Güvenliği Kültürü İle İlgili Algılarını Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hastane ve Sağlık Kurullarında Yönetim Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s: 89-95, İstanbul.
- Blendon, R.J., DesRoches, C.M., Brodie, M., Benson, J.M., Rosen, A.B., Schneider, E., Altman, D.E., Zapert, K., Herrmann, M.J., Steffenson, A.E. (2002). Views of practicing physicians and the public on medical errors. N Engl J Med. 347(24): 1933-1940.
- Boscarino, J.A., Adams, R.E. (2003). Public perceptions of quality care and provider profiling in New York: implications for improving quality care and public health. J Public Health Manag Pract. 10(3): 241-50.
- Canatan, H., Erdoğan, A., Yılmaz, S. (2015). Hastanelerde Yapılan Tıbbi Hataların Türleri ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul İlinde Özel Bir Hastane ile İlgili Anket Çalışması ve Konuya İlişkin Çözüm Önerileri. Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 2(2): 82-89.
- Ceylan, E. (2021). İlaç Hatalarında ve Hataların Raporlanmasında Hemşirelerin Bilgi ve Davranışlarının Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Çakmak, C., Konca, M., Teleş, M. (2018). Türkiye Ulusal Güvenlik Raporlama Sistemi (GRS) Üzerinden Tıbbi Hataların Değerlendirilmesi. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 21(3): 423-448.
- Çakmakçı, M., Akalın, E. (2010). Füsün Sayek TTB Raporları, Hasta Güvenliği: Türkiye ve Dünya. Türk Tabipleri Birliği Yayınları, 1. Baskı, Ankara, 2011.
- Çelik, B.U., Etiler, N. (2011). Sağlık sektöründe kadın emeğinin toplumsal cinsiyet açısından analizi. Çalışma ve Toplum Dergisi, 2(29): 191-215.
- Çelik, G. Öztürk, Z. (2021). Sağlıkta Kalite Yönetimi Bağlamında Çalışanların Hasta Ve Çalışan Güvenliği Kültürü Algısı: Özel Hastane ve Kamu Hastanesi Karşılaştırması. İşletme Bilimi Dergisi, 9(1): 51-86.
- Filiz, E. (2009). Hastanede Hasta Güvenliği Kültürü Algılamasının ve Sağlık Çalışanları ile Toplumun Hasta Güvenliği Hakkındaki Tutumunun Belirlenmesi. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Gallagher, T.H., Waterman, A.D., Garbutt, J.M., Kapp, J.M., Chan, D.K., Dunagan, W.C., Fraser, V.J., Levinson, W. (2006). US and Canadian physicians' attitudes and experiences regarding disclosing errors to patients. Arch Intern Med 166: 1605-11.
- Gözlü, K. (2011). Akreditasyon Belgesine Sahip Bir Hastanede Hasta Güvenliği Kültürünün Değerlendirilmesi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Gözlü, K., Kaya, S. (2016). Patient safety culture as perceived by nurses in a Joint Commission International Accredited Hospital in Turkey and its comparison with Agency for Healthcare Research and Quality Data. Journal of Patient Safety and Quality Improvement, 4(4): 441-449.
- Grabau, M. (2011). Yalın Hastane, Çeviren: Şengözer P, İstanbul Optimist Yayınları, İstanbul, s: 159-199.
- Gülây, H. (2016). Akreditasyon Belgesine Sahip Özel Bir Üniversite Hastanesinde Sağlık Çalışanlarının Bakış Açısıyla Hasta Güvenliği Kültürünün Değerlendirilmesi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

22. Güleç, D. (2012) Tıbbi Hatalarda Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
23. Hughes, R.G. (2008). Patient Safety and Quality: An Evidence-Based Handbook for Nurses. Agency for Healthcare Research and Quality, AHRQ Publication No:08-0043, Rockville.
24. Imai, M., Kaizen. (2003). Japonya'nın Rekabetteki Başarısının Anahtarı s: 36-53, KalDer Yayınları, İstanbul.
25. Kayral, İ.H. (2015). Beklenen-Gerçekleşen-Algılanan Hizmet Kalitesi ve Sağlık Hizmetlerinde Çok Boyutlu Kalite, Detay Yayıncılık, Ankara.
26. Keskin, Y. (2008). Akreditasyon ve Hasta Güvenliği s.231-264, Editör: Sur H, Hasta Güvenliği Yaklaşımları. Medipolitan Eğitim ve Sağlık Vakfı Yayınları, İstanbul.
27. Kim, K.J., Yoo, M.S., Seo, E.J. (2018). Exploring The Influence of Nursing Work Environment and Patient Safety Culture on Missed Nursing Care in Korea. Asian Nursing Research, 12: 121-126.
28. Korkutan, M., Kurt, M.E. (2021). Hasta Güvenliği Kültürünün Türkiye'deki Mevcut Durumu Ve Önemi. Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 7(1): 19-31.
29. Kuş, M. (1999). Kalite Kavramı, Avrupa Birliği Kalite Politikası ve Türkiye'deki Kalite Faaliyetleri. T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Avrupa Topluluğu Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
30. Kuzucu, İ. (2007). Türkiye'de Tıpta Uzmanlık Ve Akademisyenlik Aşamalarında Cinsiyetçi Yaklaşımlar, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
31. Mucuk, İ. (2013). Modern İşletmecilik, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
32. Odabaşı, Y. (2013). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
33. Orhan, B., Reşat Yücel, Ö. (2017). Türkiye'de Sağlık Hizmetleri Sunumuna Cinsiyet Açısından Bakış. Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi, 1(1): 53-59.
34. Ovalı, F. (2010). Hasta Güvenliği Yaklaşımları. Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi, 1(1): 33-43.
35. Öktemer, S. (2009). Hasta Düşmelerini Önleme Programı. Editör: Bulun M, Hasta Güvenliği İyi Uygulamalar 1. Sage Yayınları, Ankara.
36. Öztürk, S.A. (2013). Hizmet Pazarlaması Kuram, Uygulama ve Örnekler, Ekin Kitabevi, İstanbul.
37. Sağlık Bakanlığı (2017). Hata Sınıflandırma Sistemleri. <https://shgm.saglik.gov.tr/TR,25310/hata-siniflandirma-sistemleri-hss-2017-revizyonu-hakinda.html> Erişim Tarihi: 02.02.2022.
38. Sağlık Bakanlığı, Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Daire Başkanlığı (2012). SKS Işığında Sağlıkta Kalite, <https://shgmkalitedb.saglik.gov.tr/Eklenti/3803/0/sks-isinginda-saglikta-kalite-cilt-2pdf.pdf> Erişim Tarihi: 31.01.2022.
39. Schepel, L., Aronpuro, K., Kvarnström, K., Holmström, A., Lehtonen, L., Lapatto-Reiniluoto, O., Laaksonen, R., Carlsson, K., Airaksinen, M. (2019). Strategies for improving medication safety in hospitals: Evolution of clinical pharmacy services. Research in Social and Administrative Pharmacy, 15: 873-882.
40. Singer, S.J., Gaba, D.M., Geppert, J.J., Sinaiko, A.D., Howard, S.K., Park, K.C. (2003). The culture of safety: results of an organization-wide survey in 15 California hospitals. Qual Saf Health Care. 12(2): 112-8.
41. Sorra, J., Khanna, K., Dyer, N., Mardon, R., Famolaro, T. (2014). Exploring relationships between patient safety culture and patients' assessments of hospital care. The Journal of nursing administration, 44(10): 45-53.
42. Sur, H. (2013). Palteki T. Hastane Yönetimi, Nobel Tıp Kitapevi, İstanbul.
43. Sur, H. (2016). Sağlık Sektöründe Sağlıklı Yönetim, Avrasya Global Yayınları, 1.Baskı, İstanbul.
44. Şenoğlu, A., Taşpınar, A., Karaçam, Z. (2020). Doğum Öncesi, Doğum ve Doğum Sonu Dönemde Hasta Güvenliği ve Ebelerin Sorumlulukları. MKÜ Tıp Dergisi, 11(40): 66-73.
45. Şimşek, M. (2013). Toplam Kalite Yönetimi, Alfa Yayınları, İstanbul.
46. Tansüyer, T. (2010). Hasta Güvenliği ve Tıbbi Hatalar Konusunda Sağlık Personelinin Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Hastane İşletmeciliği Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
47. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuculari-2020-37210>. Erişim Tarihi: 31.01.2022.
48. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). İstatistiklerle Kadın, (2018). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2018-30707>, Erişim Tarihi:31.01.2022.
49. Ünal, A. Bilgener, E. (2019). "Hemşirelik Bölümü Öğrencilerinde Meslek Seçimi Ve Öz yeterlilik ilişkisi", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 5(20): 993-1002.
50. World Health Organization (WHO). 10 Facts On Patient Safety, (2019). <https://www.who.int/news-room/facts-in-pictures/detail/patient-safety> Erişim Tarihi: 31.01.2022.
51. Yardımcı, F., Başbakka, Z., Beytut, D., Muslu, G., Ersun, A. (2014). Bir Devlet Hastanesinde Sağlık Çalışanlarının Hasta Güvenliği Kültürü Algısının İncelenmesi. Anadolu Tıbbi Araştırmalar Dergisi, 8(4): 173-179.
52. Yıldız, M. (2021). Kamu Özel Ortaklığı (Şehir Hastanesi) Hastanesinde Çalışan Yoğun Bakım Hemşirelerinin Tıbbi Hata Eğiliminin, Hemşirelikte Tıbbi Hataya Eğilim Ölçeği Ve Tıbbi Hata Tutum Ölçeği ile Belirlenmesi. Çukurova Üniversitesi, Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
53. Yılmaz, A. (2020). Hasta güvenliği kültürü kavramının boyutları ile incelenmesi boyutların hasta güvenliği uygulamalarına etkisinin araştırılması. Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 7(3): 223-230.



The Effect of Workplace Spirituality on Job Satisfaction and Organizational Commitment

Selen Doğan^{1,a}, Tuba Bekiş^{2,b,*}

¹Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Niğde Ömer Halisdemir University

²Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ondokuz Mayıs University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 08/12/2021

Accepted: 19/01/2022

Acknowledgement

[#]This study is a part of a dissertation.

ABSTRACT

In this study, data was collected through a survey from large business employees operating in the construction, mining, and machinery sectors in Niğde City to determine the effect of workplace spirituality on job satisfaction and organizational commitment. Hierarchical regression analysis was used to test hypotheses in the study. According to the research findings, workplace spirituality's sub-dimensions called "alignment of values" and "meaningful work" dimensions affect *intrinsic job satisfaction* positively, and the "sense of community" dimension doesn't affect *intrinsic job satisfaction*; all sub-dimensions of workplace spirituality affect *extrinsic job satisfaction* positively. Also "alignment of values" and "meaningful work" sub-dimensions of workplace spirituality affect *affective commitment* positively and the "sense of community" sub-dimension doesn't affect *affective commitment*; "alignment of values" and "sense of community" sub-dimensions of workplace spirituality affect *continuance commitment* positively and "meaningful work" sub-dimension doesn't affect *continuance commitment*; "alignment of values" and "sense of community" sub-dimensions of workplace spirituality affect *normative commitment* positively and "meaningful work" sub-dimension doesn't affect *normative commitment*. In conclusion, it is determined that workplace spirituality affects job satisfaction and organizational commitment positively and partially.

Keywords: Workplace spirituality, Job satisfaction, Organizational commitment

İş Yeri Manevîyatının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi

Süreç

Geliş: 08/12/2021

Kabul: 19/01/2022

Bilgi

[#]Bu çalışma doktora tezinin bir parçasıdır.

ÖZ

Bu çalışmada iş yeri manevîyatının iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisini tespit etmek amacıyla Niğde İli'nde inşaat, madencilik ve makine sektöründe faaliyet gösteren büyük işletme çalışanlarından anket yoluyla veri toplanmıştır. Araştırmada hipotezleri test etmek için hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre iş yeri manevîyatı alt boyutlarından "iş yeri değerleri ile uyum" ve "anamlı iş" boyutlarının *içsel iş tatminini* olumlu yönde etkilediği; "topluluk bilinci" boyutunun *içsel iş tatminini* etkilemediği; iş yeri manevîyatı alt boyutlarının tümünün *dışsal iş tatminini* olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca iş yeri manevîyatı alt boyutlarından "anamlı iş" ve "iş yeri değerleri ile uyum" boyutlarının *duygusal bağlılığı* olumlu yönde etkilediği ve "topluluk bilinci" boyutunun *duygusal bağlılığı* etkilemediği; iş yeri manevîyatı alt boyutlarından "iş yeri değerleri ile uyum" ve "topluluk bilinci" boyutlarının *devam bağlılığını* olumlu yönde etkilediği ve "anamlı iş" boyutunun *devam bağlılığını* etkilemediği; iş yeri manevîyatı alt boyutlarından "iş yeri değerleri ile uyum" ve "topluluk bilinci" boyutlarının *normatif bağlılığı* olumlu yönde etkilediği ve "anamlı iş" boyutunun *normatif bağlılığı* etkilemediği tespit edilmiştir. Sonuçta iş yeri manevîyatının iş tatmini ve örgütsel bağlılığı kısmen olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu nedenle, iş yerlerine, çalışanların yaptıkları işi anlamlı bulmalarını sağlayacak, kendi değerleriyle uyumlu çalışabilecekleri ve topluluk bilinci hissedebilecekleri bir ortam oluşturmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İş yeri manevîyatı, İş tatmini, Örgütsel bağlılık

Copyright



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

^a selendogan@gmail.com

^b <https://orcid.org/0000-0002-4019-5581>

^b tuba.bekis@omu.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0002-3413-5902>

How to Cite: Doğan S, Bekiş T. (2022) The Effect of Workplace Spirituality on Job Satisfaction and Organizational Commitment, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 533-547

Giriş

Günümüzde çalışanlar iş yerlerinde daha çok anlam, yaratıcılık, bütünlük ve saygı aramaya başlamış; fiziksel, zihinsel ve manevi olarak daha fazla değer görmek istemişlerdir (Gockel, 2004: 161). Şehirleşme oranının artması ve çalışma saatlerinin uzaması geleneksel toplum bağlarını bozmakta, insanların toplumdaki soyutlanmalarına neden olmaktadır. Çalışanlar aile içinde ve toplumsal ilişkilerde yaşadıkları bağlılık hissini, iş yerlerinde de bulmayı beklemektedirler (Ashmos ve Duchon, 2000: 134). Garcia-Zamor (2003) çoğu iş yerinde insancıl bir iş çevresinin çalışan ve örgütün birlikte kazanmasına yol açacağını, çalışanların kendilerini ifade ettikleri ölçüde daha mutlu olacaklarını, bu mutluluğun yaratıcılığı ve performansı geliştireceğini düşünmektedir. Söz konusu bu gelişmeler iş yeri maneviyatını (iş yeri ruhsallığını) destekler niteliktedir.

İş yeri maneviyatının literatürde farklı tanımları mevcuttur. Ian ve Elizabeth (1999)'e göre iş yeri maneviyatı, çalışanların diğer insanlarla ve iş arkadaşlarıyla iletişim kurabilmesi, inançları ve ait oldukları iş yerinin değerleri arasında bir ahenk oluşturabilmesi için yaşamın ve iş hayatının nihai anlamını araştırmaya yönelik bir girişimdir. Gibbons (1999)'a göre ise iş yeri maneviyatı, çalışanlar ve iş yerleri için yön duygusu, bağlantı duygusu ve bütünlük sağlayan bir yolculuktur. Ashmos ve Duchon (2000)'a göre iş yeri maneviyatı, çalışanların toplum tarafından anlamlı olarak kabul edilen işlerle beslenen ve bunu besleyen bir iç yaşantıya sahip olduklarının algılanmasıdır. Kinjerski ve Skrypnik (2004) ise iş yeri maneviyatını, bilgi, kişilerarası boyutlar, kişinin manevi varlığı gibi bileşenlerin karakterize ettiği farklı bir deneyim olarak tanımlamışlardır.

Günümüzde örgütlerde, çalışanların tutum ve davranışlarına ilişkin performansları (çalışanların işlerinden memnuniyeti, işe devamlılıkları vb.) örgütlerin finansal performansı kadar önemli hale gelmiştir (Ittner ve Larcker, 2003). Örgütlerde davranışsal performansı tespit etmek için en yaygın kullanılan göstergeler arasında çalışanların işlerinden duydukları tatmin ve örgüte bağlılıkları yer almaktadır (Krishnakumar ve Neck, 2002; Jurkiewicz ve Giacalone, 2004). Ancak iş yeri maneviyatının söz konusu değişkenlerle ilişkileri henüz gelişme evresindedir (Milliman ve ark., 2003; Kolondinsky, 2007; Rego ve Cunha, 2008; Khanifar ve ark., 2010; Mousa ve Alas, 2016; Djafri ve Noordin, 2017; Garg, 2018; Jufrizen ve ark., 2019; Pelenk ve Acaray, 2020). İş yeri maneviyatının söz konusu davranışsal çıktılara etkilerinin açıklanabilmesi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bu ihtiyaçtan hareketle, çalışmanın amacı, iş yeri maneviyatının iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle konu ile ilgili literatür taramasına ve araştırma hipotezlerine yer verilecek, daha sonra ise hipotezler test edilerek bulgular açıklanacaktır.

Maneviyat, İş Yeri Maneviyatı, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Kavramları

Maneviyata (ruhsallığa) çeşitli bakış açıları bulunmaktadır. Bu kavram, ilahi olan, etik, din, kutsallık, değerler, erdem (affetme, şükran duyma, mütevazı olma, şefkat gösterme), zeka türü, sevgi, saygı, duygular, öz, hakikat, sezgiler, bilinç ve farkındalık, benlik ötesi, irade, anlam, ilham, bilge varlıklar, bağlantıda olma, aşkınlık, enerji, inançlar, niyet, nihai amaç gibi çok çeşitli kavramlarla ifade edilmiştir (Cavanagh, 1999, Emmons, 2000; Krishnakumar ve Neck, 2002; Milliman ve ark., 2003; Özdoğan, 2005; Mutluer, 2006; Kinjerski ve Skrypnik, 2008; Bosch, 2009: 140; Uysal ve Ayten, 2009; Seyyar, 2009; Horozcu, 2010; Giacalone ve Jurkiewicz, 2010). Ancak, bu çalışma, maneviyatın iş yerleri ve çalışanlarla ilgili tarafıyla sınırlı tutulacaktır. Bu açıdan iş yeri maneviyatı konusu çalışanların inanç ve değerleri ile bu değerlerin iş yeri ile uyumu, onların iş yerinde etik ve ahlaki davranışları, diğer çalışanlarla ve örgütle bağ kurmaları ve topluluk bilinci hissetmeleri, işleri vasıtasıyla kendi iç dünyalarını keşfetmeleri ve yaptıkları işi anlamlı bulmaları ile ilişkilendirilmektedir (Mirvis, 1997; Vaill, 1998; Ashmos ve Duchon, 2000; Kolodinsky ve ark., 2008; Vaill, 2000; Corner, 2009; Giacalone ve Jurkiewicz, 2010). İş yeri maneviyatının beş temel boyutu göze çarpmaktadır. Bunlar, kişinin iç dünyası, iş yerinde anlam, topluluk-bağlantı bilinci, örgütsel değerlere uyum, üstün bir güç (her şeyin yaratıcısı) ile bağlantılı olma (Ashmos ve Duchon, 2000; Milliman ve ark. 2003; Kolodinsky ve ark., 2008; Khanifar, 2010; Probst ve Strand, 2010, Lui ve Robertson, 2011; Javanmard, 2012) boyutlarıdır. Bu boyutlardan; kişinin iç dünyası boyutuna göre, her çalışanın kendi doğasına uygun manevi altyapısı ve ruhsal özellikleri vardır. İş yerinde çalışanların bu özellikleri önemsenmelidir (Ashmos ve Duchon, 2000; Javanmard, 2012). İş yerinde anlam boyutuna göre çalışanların yaptıkları işleri hayatlarına anlam katması esastır. Dolayısıyla işin içeriğinin insanın ruhunu beslemesi gerekir (Ashmos ve Duchon, 2000; Javanmard, 2012). Topluluk-bağlantı bilinci boyutu, çalışanların diğer çalışanlarla bağ kurma ihtiyaçlarının karşılanması ve onlarla bağlantı hissini oluşması ile ilgilidir. Bu durum, birliktelik ruhunu ve bir bütünün parçası olma hissini de beraberinde getirmektedir (Ashmos ve Duchon, 2000; Khanifar, 2010). Örgütsel değerlere uyum boyutu, çalışanların kendi değerleriyle örgüt değerlerinin uyum içinde olması ile ilgilidir. Bu uyum, örgütün ve çalışanların bencilce kendilerinin ve/veya hissedarların çıkarlarını değil, diğer çalışanların, müşterilerin ve toplumun iyiliği ve refahını da önemsemesiyle yakından ilgilidir (Milliman ve ark. 2003; Khanifar, 2010). Üstün bir güç ile bağlantılı olma boyutu, maneviyata dini bakış açısıyla bakan bir yaklaşımı ifade etmektedir (Probst ve Strand, 2010, Lui ve Robertson, 2011). Bu boyuta göre üstün bir güç ile bağlantılı olan ve davranışlarının onun tarafından görüldüğüne inanan çalışan iş yerinde davranışlarını ona göre düzenler ve sosyal denetime gerek kalmadan öz denetimi gerçekleştirebilir (Khanifar, 2010).

İş tatmini, çalışanın içinden gelen veya işindeki deneyiminden ortaya çıkan olumlu veya memnun edici duygusal bir durumdur (Locke, 1969: 317). Ugboro ve Obeng (2000: 254) iş tatminini, çalışanın tecrübesinden ve çalışan-örgüt uyumundan kaynaklanan olumlu tutum ve hoş duygusal durum olarak tanımlamaktadırlar. Bingöl (1997: 270)'e göre iş tatmini, çalışanın işten elde edilen maddi çıkarlarının, iş arkadaşlarıyla beraber çalışmaktan zevk almasının ve bir eser meydana getirme hissini ona sağladığı mutluluktur. Akçamete ve ark. (2001)'ne göre iş tatmini, çalışanın işi ile ilgili değerlerinin iş yerinde karşılansadır (Bozkurt ve Bozkurt, 2008:2). Karaduman (2002: 70)'a göre iş tatmini, çalışanın iş çevresinden, işin kendisinden, yöneticilerinden, çalışma grubundan ve iş yerinden elde etmeye çalıştığı rahatlatıcı bir duygudur (İşcan ve Timuroğlu, 2007:124). Weiss ve ark. (1967)'nin geliştirdiği Minnesota İş Tatmini Ölçeği'ne göre iş tatmini, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini olmak üzere iki boyuta ayrılmaktadır (Hirschfield, 2000: 256). İçsel iş tatmini, çalışanların görevlerinin doğası (işin kendisi, işin sorumluluğu, başarı, takdir edilme ve yükselme gibi...) hakkında ne hissettikleri, dışsal iş tatmini ise çalışanların görevlerinin dışındaki iş alanı (yönetici, çalışma arkadaşları ve astlarla ilişkiler, iş yeri politikası, denetim şekli, çalışma koşulları, ücret gibi...) hakkında ne hissettikleri ile ilgilidir (Köroğlu, 2012: 279).

İş yerlerinde, olumlu performans göstergelerinden biri olan örgütsel bağlılık kavramı da çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Steers (1977: 46)'a göre örgütsel bağlılık, çalışanın örgütün bir parçası olmak için çaba göstermesi, örgütün hedef ve değerlerini benimsemesi ve kendisini güçlü bir aile üyesi gibi hissetmesidir. O'Reilly ve Chatman (1986)'a göre ise örgütün bakış açısını ve özelliklerini kabul etme ve kendine uyarılma derecesidir. Mowday ve ark. (1979) örgütsel bağlılığı, kişiyi örgüte bağlayan ve katılımını sağlayan bir güç olarak tanımlamışlardır. Balay (2000)'a göre örgütsel bağlılık, çalışanların örgütteki yatırımları, tutumsal özellikteki bağlılıkla sonuçlanan davranışlara eğilimleri ve örgütün amaç ve değerler sistemiyle özdeşleşmeleridir. Bayram (2005)'a göre örgütsel bağlılık, çalışanın örgüte sadakati, örgütün başarılı olabilmesi için gösterdiği özen ve örgütün tüm etkinliği, çıkarı ve başarısını ifade etmektedir. Bayraktaroğlu ve ark. (2009: 554)'ne göre örgütsel bağlılık, çalışanların kendilerini örgütlerinin amaçlarıyla tanımlamaları, örgüt yararına ek çaba gösterme konusunda gönüllü olmaları, kararlara katılmaları ve örgüt yönetiminin onların değerlerini içselleştirmeleridir (akt: Özdem, 2012: 50). Meyer ve Allen (1984) örgütsel bağlılığı "duygusal" ve "devam" bağlılığı olmak üzere iki boyutlu olarak incelemişlerdir. 1990'da "normatif" bağlılığı üçüncü boyut olarak eklemişlerdir (Gündoğan, 2009: 47-48). Duygusal bağlılık, çalışanların örgüte duygusal olarak bağlanması, örgütle özdeşleşmesi ve örgüte katılımı olarak ifade edilmektedir. Devam bağlılığı, çalışanların örgütten ayrılmanın maliyetlerinin örgütte kalmanın maliyetlerinden fazla olduğunu düşünmeleri neticesinde örgüte bağlanmaları olarak ifade edilmektedir. Normatif bağlılık ise çalışanların örgüte yükümlülük duygusu ile

bağlanmaları olarak ifade edilmektedir (Meyer ve Allen 1991; akt: Brown, 2003: 3).

İş Yeri Maneviyatının İş Tatminine ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi ile İlgili Literatür Taraması

Maneviyat, ait olma ve başarı ihtiyacı gibi yüksek düzeydeki ihtiyaçlarla ilgili bir kavramdır (Burack, 1999: 284). Bu ihtiyaçların tatmini, çalışanların işlerinden duydukları tatmine olumlu etki etmektedir. İş yerlerinde saygı, dürüstlük ve güven gibi manevi değerlerin bulunması örgütsel iletişimi ve ilişkileri iyileştirecektir. Bu durum, kişisel tatmin duygusunu ve örgüt amaçlarına bağlılığı artıracaktır (Leigh, 1997; Wagner-Marsh and Conley, 1999; Burack, 1999; Delbecq 2000; Freshman 1999). İş yeri maneviyatı ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi uygulamalı olarak araştıran ilk çalışma, Milliman ve ark. (2003)'nin çalışmasıdır. Bu çalışmada yazarlar, iş yeri maneviyatı ile iş tatmini arasında olumlu bir ilişki tespit etmişlerdir. Daha sonra Clark ve ark. (2007) hastanelerde maneviyatın iş tatmini ile ilişkisi olup olmadığını, maneviyat-ış bütünleşmesini, kendini gerçekleştirme kavramı ve iş tatmini arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Araştırmada, maneviyat-ış bütünleşmesi ile kendini gerçekleştirme arasında doğrudan ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca maneviyat-ış bütünleşmesi ve kendini gerçekleştirme değişkenlerinin maneviyatın iş tatminine etkisine aracılık ettikleri belirlenmiştir. Komala ve Ganesh (2007) iş yerinde kişisel maneviyat ile içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini arasında pozitif; tükenmişlik arasında negatif ilişkiler tespit etmişlerdir. Kolodinsky ve ark. (2008)'nin bulgularına göre kişisel maneviyatın içsel, dışsal ve toplam iş tatminiyle olumlu bir ilişki içerisinde olduğu, kişisel ve örgütsel maneviyatın birbiriyle etkileşiminin de toplam iş tatminiyle ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Marschke ve ark. (2011) iş yeri maneviyatı ile içsel iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Yazarlara göre iş yeri maneviyatı ile dışsal iç tatmini arasında aynı ilişki bulunmamaktadır. Daha sonraki çalışmalar ise iş yeri maneviyatı ile iş tatmini arasında genellikle olumlu ilişkiler tespit etmişlerdir (Altaf ve Awan, 2011; Gupta ve Singh, 2014; Van Der Walt ve De Klerk, 2014; Hassan ve Akhter, 2016; Fatima ve ark., 2017; Jin ve ark., 2017; Belwalkar ve Pandey, 2018; Garg ve ark., 2019; Zaidi ve ark., 2019; Pelenk ve Acaray, 2020).

Maneviyatın yüksek olduğu iş yerlerinde çalışanlar, maneviyatı düşük olan iş yerlerinde çalışanlara göre buldukları iş yerine karşı daha destekleyici tutum göstereceklerdir (Milliman ve ark., 2001; Pfeffer ve Veiga, 1999). Çalışanlar, manevi ihtiyaçlarını da tatmin eden, psikolojik güvence duygusu tattırın, insan olarak değerli ve saygılı davranışı hak ettiklerini hissettiren, keyif ve aidiyet duygularını yaşatan bir iş yerine karşı bağlılık hissi duyacaklardır (Rego ve Cunha, 2008: 53). Literatürde örgütsel bağlılık ve iş yeri maneviyatı ilişkisini açıklayan bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan Milliman ve ark. (2003)'nin çalışması, iş yeri maneviyatı ve örgütsel bağlılık arasında olumlu ilişkiler tespit etmiştir. Bu

çalışmadan yola çıkarak Rego ve ark. (2007) iş yeri maneviyatının beş boyutunun (takımda topluluk bilinci, örgütsel değerlerle uyum, bir topluluğa katılma hissi, iş yerinde eğlence ve iç dünya için fırsatlar) kişisel performansa ve örgütsel bağlılığa etkisini tespit etmeye yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmaya göre iş yeri maneviyatı boyutları, örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal bağlılığı ve normatif bağlılığı pozitif, devam bağlılığını negatif olarak etkilemektedir. Rego ve Cunha (2008)'nın yaptığı çalışma da bu çalışmayı desteklemiştir. Benzer olarak, Sudibyo ve Hiskia (2014)'nin çalışmasında iş yeri maneviyatı, duygusal bağlılığı pozitif, devam bağlılığını negatif etkilemiş; normatif bağlılığı ise etkilememiştir. Campbell ve Hwa (2014)'nin akademisyenler üzerindeki çalışmasında ise duygusal bağlılık ve normatif bağlılık iş yeri maneviyatı boyutları (örgütsel ve bireysel değerlerin uyumu, iş yerinde eğlence hissi, topluluğa katılma hissi ve kişinin iç dünyası için fırsatlar) tarafından olumlu etkilenmiştir. Buna paralel olarak, Nasina ve Pin (2011)'in iş yeri denetçileri üzerinde yaptıkları çalışmada takımın topluluk bilinci, topluma katılma hissi ve iş yerinde eğlence boyutları duygusal bağlılığı pozitif etkilemiş; iş yeri değerleri ile uyum boyutu ile duygusal bağlılık arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Haryokusumo (2015), iş yeri maneviyatı boyutlarından kişinin iç dünyası, topluluk için koşullar ve anlamlı iş boyutlarının duygusal bağlılığı olumlu etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca, kişinin iç dünyası ve anlamlı işin devam bağlılığını olumlu; topluluk için koşulların ise devam bağlılığını olumsuz etkilediğini belirlemiştir. Çalışmada, kişinin iç dünyasının ve anlamlı işin normatif bağlılığı olumlu etkilediği, topluluk için koşulların ise normatif bağlılığı etkilemediği tespit edilmiştir. Khanifar ve ark. (2010)'nin maneviyata dini bakış açısını da içeren çalışmalarına göre iş yeri maneviyatının "topluluğun takım duygusu, örgütsel ve kişisel değerlerin uyumu, topluma katkı duygusu, işten zevk alma duygusu, iç hayat için fırsatlar" boyutları ile duygusal mesleki bağlılık arasında pozitif ilişkiler tespit edilmiş; Allah tarafından gözlenme duygusu ile duygusal mesleki bağlılık arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir. Bununla birlikte, topluluğun takım duygusu, örgütsel ve kişisel değerlerin uyumu, topluma katkı duygusu, işten zevk alma duygusu, iç hayat için fırsatlar boyutları ile devam bağlılığı arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiş; Allah tarafından gözlenme duygusu ile devam bağlılığı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Son olarak örgütsel ve kişisel değerlerin uyumu, topluma katkı duygusu, işten zevk alma duygusu ile normatif bağlılık arasında pozitif ilişkiler tespit edilmiş; topluluğun takım duygusu, iç hayat için fırsatlar ve Allah tarafından gözlenme duygusu boyutları ile normatif bağlılık arasında ise herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir. Mousa ve Alas (2016)'ın çalışmasında her üç bağlılık boyutu ile anlamlı iş ve topluluk bilinci boyutları arasında güçlü; örgütsel bağlılık boyutları ve örgütsel değerler boyutu arasında ise zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Garg (2018) ise topluluk bilinci boyutuyla söz konusu bağlılık boyutları arasında olumlu ilişkiler bulmuştur.

Araştırma Metodolojisi

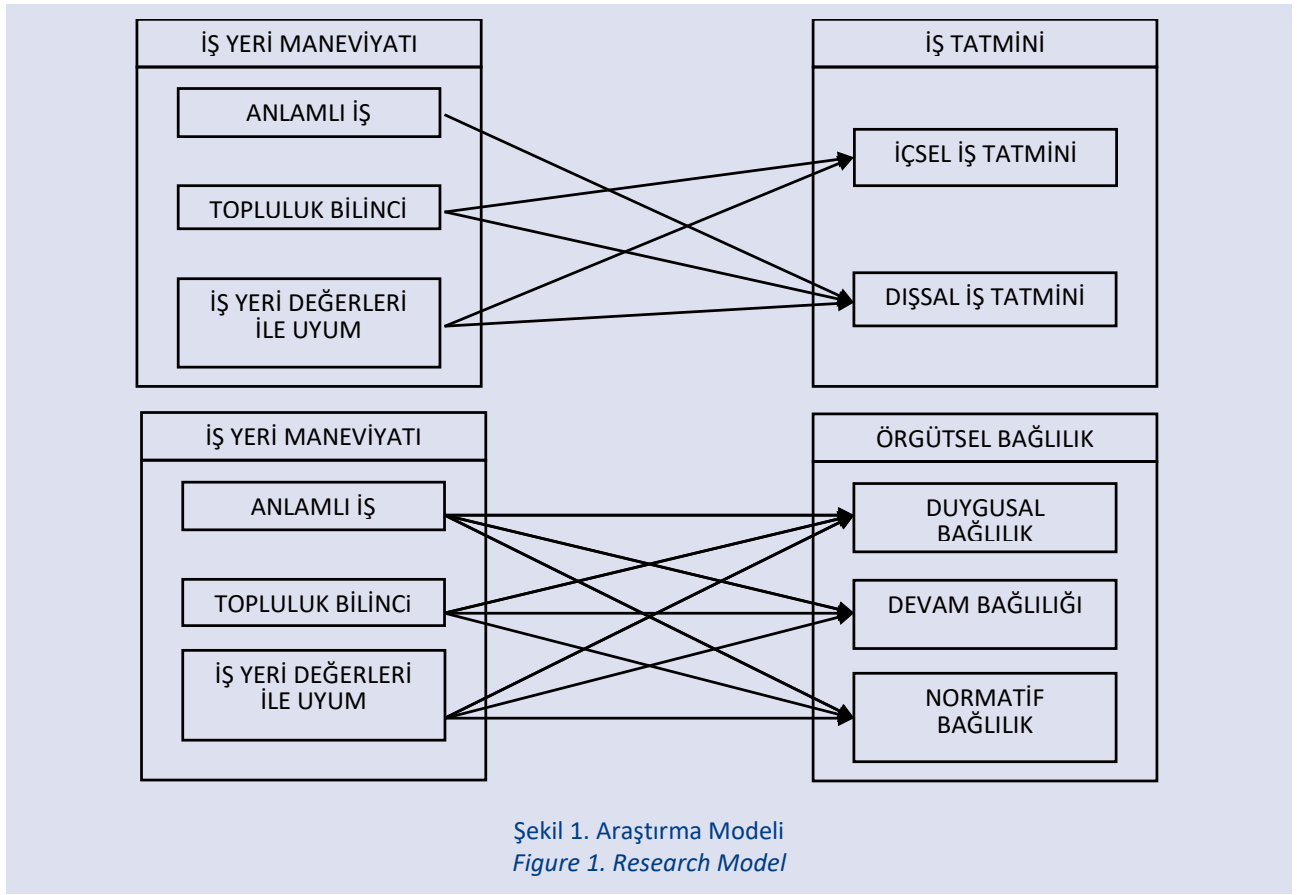
Örgütlerin, çalışanlarının iş tatminine ve örgüte bağlılıklarına önem vermeleri gerekmektedir. Bu nedenle, söz konusu değişkenlere etkisi olan kavramların incelenmesi önemlidir. Bunlardan iş yeri maneviyatı kavramı önemi artan, ancak örgütsel bağlılık ve iş tatmini ile ilişkisi yeterince araştırılmayan bir kavram olarak göze çarpmaktadır. Söz konusu ilişkilerin incelenmesinin örgütlere katkı sağlayacağı düşünüldüğünden, bu çalışmada, iş yeri maneviyatının iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisinin olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Araştırmanın ana kütesini Niğde il'inde faaliyet gösteren üç büyük işletmede (Büyüklik için çalışan sayısı esas alınmıştır. Bu işletmeler inşaat, madencilik ve makina sektöründedir) çalışan 1.086 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada gerekli örnekleme ulaşmak için kolayda örnekleme yöntemi ile 500 adet anket dağıtılmış ve toplamda 266 anket geri dönmüştür. Anketlerin 36'sı eksik cevaplardan dolayı çalışmaya dahil edilmemiştir. Toplamda 230 anket geçerli sayılmıştır. Hair ve ark. (1998)'ne göre verilerin normalite varsayımını karşılaması için en düşük örnek büyüklüğünün 100-150 arasında olması beklenmektedir (Güleş ve ark., 2011: 68). Ayrıca, faktör analizi yapılacaksa örneklem büyüklüğünün 200'ün üzerinde olması yeterli görülmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017:128). Bu bilgiler çerçevesinde araştırmanın örnekleme söz konusu koşulları sağladığı için yeterli görülmektedir.

Araştırma anketi, demografik bilgiler, iş yeri maneviyatı, iş tatmini, örgütsel bağlılık ölçeklerine ait ifadelerin yer aldığı dört bölümden oluşmaktadır. Araştırmada iş yeri maneviyatını ölçmek için Ashmos ve Duchon (2000) tarafından geliştirilen ve Milliman ve ark. (2003)'nin çalışmalarına uyarladıkları ölçek, bir uzman görüşü alınarak yazarlar tarafından çevrilmiştir. Ölçek, anlamlı iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum alt boyutlarını içermekte ve toplam üç alt boyut ile 21 ifadeden meydana gelmektedir. Araştırmada, iş tatmininin ölçülebilmesi için Weiss ve ark. (1967) tarafından geliştirilen ve Baycan (1985) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Minnesota İş Tatmini Ölçeği (Minnesota Job Satisfaction Scale)" kullanılmıştır. Ölçek, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini olmak üzere iki alt boyuttan ve 20 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmada, çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini ölçmek için Meyer ve ark. (1993) tarafından geliştirilen ve Wasti (2000) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Örgütsel Bağlılık Ölçeği"nden (Organizational Commitment Scale) yararlanılmıştır. Ölçek, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç alt boyuttan ve 18 ifadeden oluşmaktadır. Anket yardımı ile toplanan veriler SPSS 18 istatistiksel paket programı yardımıyla değerlendirilmeye alınmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Literatürde, iş yeri maneviyatının iş tatmini alt boyutlarından içsel iş tatminine ve dışsal iş tatminine genellikle olumlu etki ettiği görülmektedir (Kolodinsky ve ark., 2008; Komala ve Ganesh, 2007).



Çizelge 1. İş Yeri Maneviyatı Ölçeği Keşifsel Faktör Analizi

Table 1. Exploratory Factor Analysis for the Workplace Spirituality Scale

Faktörler	Değişken	Cronbach's Alpha	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Anlamli İş	Aİ.1	0,896	0,717	%10,49
	Aİ.2		0,792	
	Aİ.3		0,811	
	Aİ.4		0,792	
	Aİ.5		0,713	
	Aİ.6		0,646	
Topluluk Bilinci	TB.1	0,939	0,703	%13,05
	TB.2		0,831	
	TB.3		0,804	
	TB.4		0,820	
	TB.5		0,828	
	TB.6		0,849	
İş Yeri Değerleri ile Uyum	IDU.1	0,942	0,790	%48,64
	IDU.2		0,810	
	IDU.3		0,798	
	IDU.4		0,829	
	IDU.5		0,792	
	IDU.6		0,806	
	IDU.7		0,784	

İş yeri maneviyatının örgütsel bağlılığa etkisine ilişkin bulguların ise farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Bazı çalışmalarda iş yeri maneviyatı üç bağlılık türünü de olumlu etkilemektedir (Haryokusumo, 2015; Mousa ve Alas, 2016). Ancak çalışmaların çoğunda iş yeri maneviyatının duygusal ve normatif bağlılığa etkisi pozitif, devam bağlılığına etkisi negatif olarak tespit edilmiştir (Rego ve ark.,2007; Rego ve Cunha, 2008; Sudibyo ve Hiskia, 2014). Bu durum dikkate alındığında iş yeri

maneviyatı ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık alt boyutları arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla geliştirilen araştırma hipotezleri aşağıda yer almaktadır;

H₁: İş yeri maneviyatının içsel iş tatmini üzerinde pozitif etkisi vardır.

H₂: İş yeri maneviyatının dışsal iş tatmini üzerinde pozitif etkisi vardır.

H₃: İş yeri maneviyatının duygusal bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.

H₄: İş yeri maneviyatının devam bağlılığı üzerinde negatif etkisi vardır.

H₅: İş yeri maneviyatının normatif bağlılık üzerinde pozitif etkisi vardır.

Konu ile ilgili literatür ve oluşturulan hipotezler doğrultusunda, geliştirilen araştırma modeline Şekil 1'de yer verilmiştir.

Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği

Araştırma ölçeklerinin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach Alfa katsayıları incelenmiştir. İş yeri maneviyatı ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,946; İş tatmini ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,966; örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,888 olarak tespit edilmiş olup ölçeklerin güvenilir olduğu belirlenmiştir. Güvenilirlik analizi

sonucunda iş yeri maneviyatı ölçeğine ait Aİ.7 ifadesi ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğü için çıkarılmıştır. Ayrıca veri setinin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve normal dağıldığı belirlenmiştir. Aşağıda iş yeri maneviyatı ölçeği, iş tatmini ölçeği ve örgütsel bağlılık ölçeği ile ilgili kişisel faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Faktör analizinde KMO değeri 0,914, Bartlett's Sph. $\chi^2=4455,037$; $P=0,000$ anlamlı ve toplam açıklanan varyans %72, 181 olarak belirlenmiştir. Ölçekte yer alan TB.7 ifadesi ise çapraz faktör yükü olarak hem topluluk bilinci hem de anlamlı iş faktörlerinde yer aldığı için analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar yapılmıştır.

Faktör analizinde KMO değeri 0,946, Bartlett's Sph. $\chi^2=4901,668$; $P=0,000$ anlamlı ve toplam açıklanan varyans %71,95 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 2. İş Tatmini Ölçeği Keşifsel Faktör Analizi

Table 2. Exploratory Factor Analysis for the Job Satisfaction Scale

Faktörler	Değişken	Cronbach's Alpha	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
İçsel İş Tatmini	İÇ. 1	0,961	0,839	%61,20
	İÇ. 2		0,759	
	İÇ. 3		0,796	
	İÇ. 4		0,834	
	İÇ. 5		0,690	
	İÇ. 6		0,726	
	İÇ. 7		0,802	
	İÇ. 8		0,842	
	İÇ. 9		0,809	
	İÇ. 10		0,628	
	İÇ. 11		0,643	
	İÇ. 12		0,785	
Dışsal İş Tatmini	DIŞ. 1	0,946	0,775	%10,65
	DIŞ. 2		0,767	
	DIŞ. 3		0,850	
	DIŞ. 4		0,815	
	DIŞ. 5		0,838	
	DIŞ. 6		0,845	
	DIŞ. 7		0,700	
	DIŞ. 8		0,728	

Çizelge 3. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Keşifsel Faktör Analizi

Table 3. Exploratory Factor Analysis for Organizational Commitment Scale

Faktörler	Değişken	Cronbach's Alpha	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans
Duygusal Bağlılık	DU.2	0,874	0,664	%10,84
	DU.3		0,839	
	DU.4		0,838	
	DU.5		0,631	
	DU.6		0,821	
Devam Bağlılığı	DE.1	0,894	0,702	%36,70
	DE.2		0,757	
	DE.3		0,769	
	DE.4		0,835	
	DE.5		0,837	
	DE.6		0,692	
Normatif Bağlılık	NO.2	0,800	0,534	%13,78
	NO.3		0,634	
	NO.4		0,772	
	NO.5		0,797	
	NO.6		0,756	

Çizelge 4. Korelasyon Analizi

Table 4. Correlation Analysis

Değişkenler	Ort. S.S	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.Yaş	2,26 ,83	1														
2.Cinsiyet	1,08 ,27	-,037	1													
3.Medeni Durum	1,29 ,45	-,491**	,152*	1												
4.Eğitim Düzeyi	2,101,14-	,246**	,346**	,306**	1											
5.Sektör	4,571,49	-,006	,318**	-,015	,196**	1										
6.Çalışma Süresi	1,60 ,91	,351**	,114	-,144*	,046	,109	1									
7.İş Yeriindeki Pozisyon	3,68 ,53	,020	-,206**	-,150*	-,664**	-,151*	,007	1								
8.İş Yeri Değerleri ile Uyum	4,191,87	-,052	-,053	,215**	-,028	-,220**	-,093	-,061	1							
9.Topluluk Bilinci	4,381,92	,008	,002	,234**	,144*	-,134*	-,097	-,137*	,534**	1						
10.Anlamli İş	4,302,03	,057	,057	,129	,280**	-,094	,080	-,262**	,487**	,474**	1					
11.İçsel İş Tatmini	4,322,12	-,001	,003	,214**	,295**	-,053	,046	-,183**	,458**	,447**	,631**	1				
12.Dışsal İş Tatmini	4,192,03	,002	-,022	,157*	,176**	-,139*	-,050	-,119	,595**	,503**	,570**	,704**	1			
13.Duygusal Bağlılık	4,221,98	-,013	,003	,173**	,153*	-,055	,085	-,153*	,325**	,223**	,453**	,338**	,362**	1		
14.Normatif Bağlılık	4,241,95	-,002	-,047	,146*	-,094	-,257**	-,056	,054	,612**	,500**	,396**	,436**	,506**	,328**	1	
15.Devam Bağlılığı	4,421,97	,049	-,014	,018	-,070	-,072	,064	,117	,350**	,322**	,273**	,291**	,290**	,384**	,507**	1

**Korelasyon %1 düzeyinde anlamlıdır (2 Yönlü). *Korelasyon %5 düzeyinde anlamlıdır (2 Yönlü)

Çizelge 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Çalışma Hayatlarına Yönelik Bilgiler

Table 5. Information on Demographic Characteristics and Work Life of the Participants

Özellikler	Gruplar	n	%	Özellikler	Gruplar	n	%	
Cinsiyet	Kadın	19	8	Lisans üstü	Lisans üstü	4	2	
	Erkek	211	92		Lisans	Lisans	41	18
Medeni durum	Evli	162	70	Ön Lisans	Ön Lisans	16	7	
	Bekar	68	30		Lise	Lise	84	36
Yaş	18-25	40	17	İlk öğretim	İlk öğretim	85	37	
	26-35	107	47		1-5	1-5	147	64
	36-45	66	29		6-10	6-10	39	17
	46-55	17	7		İş Yeriinde Çalışma Süreleri	11-15	35	15
İş Yeriindeki Pozisyonlar	Üst düzey yönetici	2	1	16-20	16-20	7	3	
	Orta düzey yönetici	60	26	21-	21-	2	1	
	Alt düzey yönetici	5	2	Makine	Makine	39	17	
	Yönetici olmayan çalışanlar	163	71	Sektörler	Madencilik	59	26	
Toplam	n=230			İnşaat	İnşaat	132	57	

Çizelge 6. İş Yeri Maneviyatının İçsel İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Table 6. Results of Hierarchical Regression Analysis for the Effect of Workplace Spirituality on Intrinsic Job Satisfaction

Adımlar	1. Adım (Model)			2. Adım (Model)			
	Değişkenler	Beta	T	Sig.	Beta	T	Sig.
Kontrol Değişkenleri							
Sabit	1,682		1,113	,267	-2,076	-1,678	,095
Yaş	,396		2,365	,019	,177	1,320	,188
Cinsiyet	-,750		-1,677	,095	-,682	-1,946	,053
Medeni Durum	,863		3,016	,003	,343	1,475	,142
Eğitim Düzeyi	,562		3,864	,000	,428	3,590	,000
Sektör	-,091		-1,149	,252	,056	,880	,380
Çalışma Süresi	,034		,258	,796	,030	,286	,776
İş Yeriindeki Pozisyon	,168		,590	,556	,456	2,031	,043
Bağımsız Değişkenler							
Anlamli İş					,469	7,068	,000
Topluluk Bilinci					,103	1,593	,113
İş Yeri Değerleri ile Uyum					,221	3,101	,002
R			,386			,697	
R2			,149			,486	
Δ R2			-			,337	
F			5,545			20,667	
Sig. F			,000			,000	

Faktör analizinde KMO değeri 0,877, Bartlett's Sph. $\chi^2=2254,612$; $P=0,000$ anlamlı ve toplam açıklanan varyans % 61,31 olarak belirlenmiştir. DU.1 ifadesi çapraz faktör yükü olarak hem duygusal bağlılık hem de normatif bağlılık faktörlerinde yer aldığı için; NO.1 ifadesi ise tek başına dördüncü bir faktörde yer aldığı için analizden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar yapılmıştır. Analizde kullanılacak değişkenler arasındaki ilişkilerin derecesini belirlemek için korelasyon analizi kullanılmıştır.

Korelasyon analizine göre iş yeri maneviyatı alt boyutları, iş tatmini alt boyutları ve örgütsel bağlılık alt boyutları arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir.

Araştırmanın Analizi ve Bulguları

Araştırmaya katılan çalışanlara ait demografik ve çalışma hayatına yönelik bilgiler Çizelge 5'de verilmektedir.

Araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda, iş yeri maneviyatı, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler ile ilgili bulgulara ulaşabilmek amacıyla belirlenmiş olan hipotezler hiyerarşik regresyon aracılığı ile test edilmiştir. Analizin ilk aşamasında, kontrol değişkenleri olarak katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, çalışma süreleri, pozisyonları, medeni durumları ve sektörleri girilmiştir. Hiyerarşik regresyon analizinin ikinci aşamasında ise hipotezleri test edebilmek amacıyla kontrol değişkenlerine ek olarak iş yeri maneviyatı alt boyutları analize dahil edilmiş ve bu alt boyutların etkisinin, kontrol değişkenlerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık alt boyutlarına etkisini ne oranda değiştirdiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca analizde, iş yeri maneviyatı alt boyutlarının iş tatmini ve örgütsel bağlılık alt boyutlarına etkisi de belirlenmiştir. Aşağıda söz konusu analiz sonuçları Çizelgeler yardımıyla değerlendirilmektedir.

Çizelge 6'da iş yeri maneviyatı alt boyutları ile iş tatmini alt boyutlarından içsel iş tatmini arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla kurulan modellerin anlamlı ve geçerli birer

model oldukları görülmektedir. Modellerde R^2 değerlerine bakıldığında, birinci modelde içsel iş tatminindeki değişimin 0,149'u kontrol değişkenleriyle açıklanabilirken, ikinci modelde içsel iş tatminindeki değişimin ,486'sı açıklanmaktadır. Bu durumda ikinci modele dahil edilen iş yeri maneviyatı boyutları (anlamlı iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum), içsel iş tatminindeki değişimi açıklama oranını artırmıştır ($\Delta R^2=0,337$). Ayrıca, iş yeri maneviyatı alt boyutlarından anlamlı iş ($\beta=,469$, $P<0,01$) ve iş yeri değerleri ile uyum ($\beta=0,221$, $P<0,01$) boyutlarının içsel iş tatminine pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Fakat, iş yeri maneviyatı alt boyutlarından topluluk bilinci ($\beta=0,103$, $P=0,113$) alt boyutunun içsel iş tatminine etkisi anlamlı bulunmamıştır. Bu durumda, iş yeri maneviyatının içsel iş tatmini üzerine pozitif yönde etkisi olduğunu varsayan H_1 hipotezi "kısmi olarak kabul" edilmiştir.

Çizelge 7'de iş yeri maneviyatı alt boyutları ile iş tatmini alt boyutlarından dışsal iş tatmini arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla kurulan modellerin anlamlı ve geçerli birer model oldukları görülmektedir. Modellerde R^2 değerlerine bakıldığında, kontrol değişkenlerinin dışsal iş tatminindeki değişimin ,090'unu açıkladığı görülmüştür. İkinci modelde, dışsal iş tatminindeki değişimin ,493'ü açıklanmaktadır. Bu durumda, ikinci modele dahil edilen iş yeri maneviyatı boyutları (anlamlı iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum), dışsal iş tatminindeki değişimi açıklama oranını artırmıştır ($\Delta R^2= ,403$). Ayrıca, iş yeri maneviyatı alt boyutlarından anlamlı iş ($\beta=,306$, $P<0,01$), topluluk bilinci ($\beta=,144$, $P<0,05$) ve iş yeri değerleri ile uyum ($\beta=,422$, $P<0,01$) boyutlarının dışsal iş tatminine pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Bu durumda iş yeri maneviyatının dışsal iş tatmini üzerine pozitif yönde etkisi olduğunu varsayan H_2 hipotezi "kabul" edilmiştir.

Çizelge 7. İş Yeri Maneviyatının Dışsal İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları
Table 7. Hierarchical Regression Analysis Results for the Effect of Workplace Spirituality on Extrinsic Job Satisfaction

Adımlar	1. Adım (Model)			2. Adım (Model)		
Değişkenler	Beta	T	Sig.	Beta	T	Sig.
Kontrol Değişkenleri						
Sabit	3,022	1,976	,049	-1,395	-1,161	,247
Yaş	,338	1,994	,047	,133	1,023	,308
Cinsiyet	-,385	-,852	,395	-,331	-,974	,331
Medeni Durum	,630	2,175	,031	-,037	-,166	,868
Eğitim Düzeyi	,357	2,425	,016	,316	2,731	,007
Sektör	-,176	-2,201	,029	-,007	-,119	,905
Çalışma Süresi	-,134	-1,001	,318	-,099	-,967	,335
İş Yerindeki Pozisyon	,074	,256	,798	,403	1,850	,066
Bağımsız Değişkenler						
Anlamlı İş				,306	4,756	,000
Topluluk Bilinci				,144	2,290	,023
İş Yeri Değerleri ile Uyum				,422	6,090	,000
R		,301			,702	
R ²		,090			,493	
ΔR^2		-			,403	
F		3,148			21,324	
Sig. F		,003			,000	

Çizelge 8. İş Yeri Manevîyatının Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları
Table 8. Results of Hierarchical Regression Analysis for the Effect of Workplace Spirituality on Affective Commitment

Adımlar	1. Adım (Model)			2. Adım (Model)		
	Değişkenler	Beta	T	Sig.	Beta	T
Kontrol Değişkenleri						
Sabit	4,475	3,239	,001	2,215	1,686	,093
Yaş	,114	,744	,458	,012	,086	,932
Cinsiyet	-,321	-,786	,433	-,293	-,786	,433
Medeni Durum	,639	2,443	,015	,404	1,636	,103
Eğitim Düzeyi	,099	,745	,457	,022	,171	,865
Sektör	-,078	-1,075	,283	,007	,110	,913
Çalışma Süresi	,175	1,448	,149	,141	1,262	,208
İş Yerindeki Pozisyon	-,296	-1,141	,255	-,106	-,443	,658
Bağımsız Değişkenler						
Anlamli İş				,349	4,952	,000
Topluluk Bilinci				-,059	-,863	,389
İş Yeri Değerleri ile Uyum				,153	2,014	,045
R		,266			,691	
R2		,071			,241	
Δ R2		-			,170	
F		2,422			6,963	
Sig. F		,021			,000	

Çizelge 9. İş Yeri Manevîyatının Devam Bağlılığı Üzerindeki Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları
Table 9. Hierarchical Regression Analysis Results for the Effect of Workplace Spirituality on Continuance Commitment

Adımlar	1. Adım (Model)			2. Adım (Model)		
	Değişkenler	Beta	T	Sig.	Beta	T
Kontrol Değişkenleri						
Sabit	2,417	1,662	,098	-,104	-,075	,940
Yaş	,126	,784	,434	-,016	-,106	,916
Cinsiyet	,079	,182	,855	,120	,305	,761
Medeni Durum	,244	,886	,377	-,202	-,773	,440
Eğitim Düzeyi	,024	,170	,865	-,003	-,022	,982
Sektör	-,069	-,913	,362	,029	,414	,680
Çalışma Süresi	,096	,754	,452	,143	1,211	,227
İş Yerindeki Pozisyon	,389	1,423	,156	,562	2,233	,027
Bağımsız Değişkenler						
Anlamli İş				,119	1,602	,111
Topluluk Bilinci				,183	2,528	,012
İş Yeri Değerleri ile Uyum				,224	2,797	,006
R		,163			,446	
R2		,027			,199	
Δ R2		-			,172	
F		,864			5,427	
Sig. F		,536			,000	

Çizelge 8’de iş yeri manevîyatı alt boyutları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından duygusal bağlılık arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modellerinin anlamlı ve geçerli birer model oldukları görülmektedir. Modellerde R² değerlerine bakıldığında, kontrol değişkenlerinin duygusal bağlılıktaki değişimin ,071’ini açıkladığı görülmüştür. İkinci modelde duygusal bağlılıktaki değişimin ,241’ü açıklanmaktadır. Bu durumda, ikinci modele dahil edilen iş yeri manevîyatı boyutları (anlamli iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum), duygusal bağlılıktaki değişimi açıklama oranını artırmıştır (Δ R²= ,170). Ayrıca, iş yeri manevîyatı alt boyutlarından anlamlı iş (β= ,349, P<0,01) ve iş yeri

değerleri ile uyum (β=,153, P<0,05) boyutlarının duygusal bağlılığa pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Fakat iş yeri manevîyatı alt boyutlarından topluluk bilinci (β=,059, P=,389) alt boyutunun duygusal bağlılığa etkisi anlamlı bulunmamıştır. Bu durumda, iş yeri manevîyatının duygusal bağlılık üzerine pozitif yönde etkisi olduğunu varsayan H₃ hipotezi “kısmi olarak kabul” edilmiştir.

Çizelge 9’da birinci modelin istatistiksel açıdan anlamsız ve geçersiz bir model olduğu görülmektedir. İş yeri manevîyatı alt boyutları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından devam bağlılığı arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla kurulan ikinci modelin ise anlamlı ve geçerli bir model olduğu görülmektedir.

Çizelge 10. İş Yeri Manevîyatının Normatif Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları
Table 10. Hierarchical Regression Analysis Results for the Effect of Workplace Spirituality on Normative Commitment

Adımlar	1. Adım (Model)			2. Adım (Model)			
	Değişkenler	Beta	T	Sig.	Beta	T	Sig.
Kontrol Değişkenleri							
Sabit	4,658	3,740	,000	1,325	1,297	,196	
Yaş	,135	,981	,327	-,021	-,192	,848	
Cinsiyet	,218	,592	,555	,258	,893	,373	
Medeni Durum	,635	2,691	,008	,060	,313	,755	
Eğitim Düzeyi	-,148	-1,237	,217	-,142	-1,442	,151	
Sektör	-,234	-3,594	,000	-,106	-2,028	,044	
Çalışma Süresi	-,043	-,391	,696	,019	,219	,827	
İş Yerindeki Pozisyon	-,064	-,271	,786	,170	,919	,359	
Bağımsız Değişkenler							
Anlamli İş				,103	1,885	,061	
Topluluk Bilinci				,197	3,686	,000	
İş Yeri Değerleri ile Uyum				,361	6,118	,000	
R		,391			,674		
R ²		,102			,454		
Δ R ²		-			,352		
F		3,590			18,233		
Sig. F		,001			,000		

Birinci modelde R² değerlerine bakıldığında, kontrol değişkenlerinin devam bağlılığındaki değişimin, 027'sini açıkladığı görülmüştür. İkinci modelde ise devam bağlılığındaki değişimin, 199'u açıklanmaktadır. Bu durumda, ikinci modele dahil edilen iş yeri manevîyatı boyutları (anlamli iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum), devam bağlılığındaki değişimi açıklama oranını artırmıştır (Δ R²= ,172). Ayrıca, iş yeri manevîyatı alt boyutlarından topluluk bilinci (β=,183, P<0,05) ve iş yeri değerleri ile uyum (β=,224, P<0,01) boyutlarının devam bağlılığına pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Fakat iş yeri manevîyatı alt boyutlarından anlamli iş (β= ,119, P=,111) alt boyutunun devam bağlılığına etkisi anlamli bulunmamıştır. Bu durumda, iş yeri manevîyatının devam bağlılığı üzerine negatif yönde etkisi olduğunu varsayan H₄ hipotezi reddedilmiştir.

Çizelge 10'da iş yeri manevîyatı alt boyutları ile örgütsel bağlılık alt boyutlarından normatif bağlılık arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modellerinin anlamli ve geçerli birer model oldukları görülmektedir. Modellerde R² değerlerine bakıldığında, kontrol değişkenlerinin normatif bağlılıktaki değişimin ,102'sini açıkladığı görülmüştür. İkinci modelde normatif bağlılıktaki değişimin ,454'u açıklanmaktadır. Bu durumda ikinci modele dahil edilen iş yeri manevîyatı boyutları (anlamli iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum), normatif bağlılıktaki değişimi açıklama oranını artırmıştır (Δ R²= ,352). Ayrıca, iş yeri manevîyatı alt boyutlarından topluluk bilinci (β=,197, p<0,01) ve iş yeri değerleri ile uyum (β=,361, p<0,01) boyutlarının normatif bağlılığa pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Fakat iş yeri manevîyatı alt boyutlarından anlamli iş boyutunun (β=,103, p=,061) normatif bağlılığa etkisi anlamli bulunmamıştır. Bu durumda, iş yeri manevîyatının normatif bağlılık üzerine pozitif yönde etkisi olduğunu varsayan H₅ hipotezi "kısmi olarak kabul" edilmiştir.

Sonuç

Dünyada yaşanan sosyal ve ekonomik değişimler ile insanın maddi ihtiyaçlarının yanında manevi ihtiyaçlarına da önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Örgütler, amaçlarına ulaşmak için iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi kavramların yanında "manevîyat" kavramını da gündemlerine almışlardır. Bu önemden hareketle, bu çalışmada iş yeri manevîyatının iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisi araştırılmıştır. Bunun için hiyerarşik regresyon analizinden faydalanılmıştır. Araştırma bulgularına göre iş yeri manevîyatının "iş yeri değerleri ile uyum" ve "anlamli iş" alt boyutlarının içsel iş tatminine pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Bu durum literatürdeki benzer araştırma sonuçları ile örtüşmektedir (Komala ve Ganesh, 2007; Kolodinsky ve ark., 2008; Marschke ve ark.,2011). Fakat iş yeri manevîyatı alt boyutlarından "topluluk bilinci" alt boyutunun içsel iş tatminine etkisi anlamli bulunmamıştır. Milliman ve ark. (2003) nin çalışmasında ise farklı olarak, topluluk bilinci alt boyutu içsel iş tatminini pozitif etkilemiş, iş yeri değerleri ile uyum alt boyutu ise içsel iş tatminini etkilememiştir. İş yeri manevîyatının dışsal iş tatminine etkisi incelendiğinde, iş yeri değerleri ile uyum, anlamli iş ve topluluk bilinci boyutlarının dışsal iş tatminine pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Literatürdeki araştırmalarda genellikle benzer sonuçlar bulunmuştur (Komala ve Ganesh, 2007; Kolodinsky ve ark., 2008). İstisna olarak Marschke ve ark. (2011)'nin çalışmasında iş yeri manevîyatı ile dışsal iş tatmini arasında anlamli bir ilişki bulunmamıştır.

Bulgularda, iş yeri manevîyatı alt boyutlarından anlamli iş ve iş yeri değerleri ile uyum boyutlarının duygusal bağlılığa pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Bu durum literatürdeki benzer araştırma sonuçları ile örtüşmektedir (Rego ve ark., 2007; Rego ve

Cunha; 2008; Nasina ve Pin, 2011; Sudiby ve Hiskia, 2014; Campbell ve Hwa, 2014; Haryokusumo, 2015). İş yeri maneviyatı alt boyutlarından "topluluk bilinci" alt boyutunun ise duygusal bağlılığa etkisi anlamlı bulunmamıştır. Söz konusu boyutun duygusal bağlılığa etkisini anlamlı bulan çalışmalarda örneklemin çoğunun en az lisans düzeyinde eğitim gerektiren profesyonel meslekleri olan çalışanlardan oluştuğu görülmektedir (Rego ve ark., 2007; Rego ve Cunha; 2008; Khanifar ve ark., 2010; Nasina ve Pin, 2011; Sudiby ve Hiskia, 2014; Campbell ve Hwa, 2014; Haryokusumo, 2015; Mousa ve Alas, 2016; Garg, 2018). Bu çalışmadaki örneklem ise daha çok lise ve ilköğretim düzeyinde eğitim almış, mavi yakalı çalışanlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla bu çalışanların iş yerlerinde varlıklarını koruma ve maddi ihtiyaçlarını karşılama kaygısında olabileceği düşünülmektedir. Böylece, çalışanlar örgüte duygusal olarak bağlı olsalar da söz konusu kaygılarından dolayı topluluk bilincinin gerektirdiği insan ilişkileri ve iletişime odaklanamayabilirler.

İş yeri maneviyatı alt boyutlarından iş yeri değerleri ile uyum ve topluluk bilinci boyutlarının devam bağlılığına pozitif yönde etkisinin olduğu görülmektedir. Bulgulara göre iş yeri maneviyatı alt boyutlarından anlamlı iş boyutunun devam bağlılığına etkisi bulunmamaktadır. Literatürdeki çoğu çalışmada (Rego ve ark., 2007; Rego ve Cunha, 2008; Sudiby ve Hiskia, 2014) bu bulgulardan farklı olarak, iş yeri maneviyatının anlamlı iş, topluluk bilinci ve iş yeri değerleri ile uyum boyutlarının devam bağlılığına negatif etkisinin olduğunu tespit edilmiştir. Yukarıda da ifade edildiği gibi literatürdeki bu çalışmaların ağırlıklı olarak profesyonel mesleklerle sahip ve eğitim seviyesi yüksek çalışanlar üzerinde yapıldığı görülmektedir. Bu araştırma ise eğitim seviyesi nispeten düşük, mavi yakalı çalışanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle çalışanlar, eğer mevcut iş yerlerinden ayrılırlarsa daha iyi bir iş bulamayacaklarını düşünmüş olabilirler. Bu çalışanlar aynı anda iş yerlerini kendi değerleriyle uyumlu bulabilirler veya topluluk bilinci hissedebilirler. Dolayısıyla bu çalışanlar hem iş yerinde maneviyatı yüksek algılamalarından dolayı (iş yeri değerleri ile uyum ve topluluk bilinci) hem de örgütten ayrılmanın maliyetine katlanamadıkları için örgüte bağlı olabilirler. Bu durumu Mousa ve Alas (2016) ile Garg (2018)'ın çalışmaları ve Meyer ve ark. (1993)'nin "çalışanların üç bağlılık türünü de aynı anda, farklı derecelerde yaşayabileceği" yönündeki görüşleri de desteklemektedir (Gündoğan, 2009: 55).

Son olarak bulgulara göre iş yeri maneviyatı alt boyutlarından iş yeri değerleri ile uyum ve topluluk bilinci boyutlarının normatif bağlılığa pozitif etkisinin olduğu görülmektedir. Bu durum Rego ve ark. (2007), Rego ve Cunha (2008), Khanifar ve ark. (2010), Campbell ve Hwa (2014)'nın çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. Araştırmada, iş yeri maneviyatı alt boyutlarından anlamlı iş boyutunun normatif bağlılığa etkisi anlamlı bulunmamıştır. Literatürde söz konusu etkiyi pozitif bulan çalışmalar bulunmaktadır (Haryokusumo, 2015; Mousa ve Alas, 2016). Ancak bu çalışmalar, konuyla ilgili genel bir kaniye ulaşmak için yeterli görülmemektedir. İş yeri

maneviyatının, örgütsel bağlılık boyutlarına etkisi ile ilgili farklı örneklerde daha fazla çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Araştırma, kısıtlı bir örnekleme gerçekleştirilmiştir, bu nedenle sonuçları genellemek mümkün olmasa da çalışmanın sınırları dahilinde iş yerlerine çeşitli önerilerde bulunmak mümkündür. Çalışanlar iş yerlerinde öncelikle maddi ihtiyaçlara sahip varlıklar olarak yer almaktadırlar. Özellikle bazı çalışanların eğer örgütlerinden ayrılırlarsa, işsiz kalmak veya düşük ücretle çalışmak gibi kaygıları olabilir. Bu nedenle çalışanların örgüte duygusal olarak veya sorumluluk duygusuyla bağlı olmaları (normatif bağlılık) yanında örgütten ayrılma maliyetine katlanamayabilecekleri (devam bağlılığı) göz önünde bulundurulmalı; çalışanların maddi kaygılarını azaltacak uygulamalar ve özgüvenlerini artıracak şekilde kariyer planlaması yapılarak çeşitli geliştirme programları uygulamak önemli olacaktır.

Çalışanlar, iş yerlerinde maddi ihtiyaçlar yanında manevi ihtiyaçlara da sahiptirler. Bu ihtiyaçlardan bir tanesi de yaptıkları işi anlamlı bulmalarıdır. Bu nedenle, çalışanların yaptıkları işte neleri anlamlı bulduklarını ve onları nelerin iyi hissettirdiğini tespit etmek önemlidir. Bunun için anlaşılmalı bekleyen çalışanları dinlemek ve onlarla sağlıklı bir iletişim kurmak gerekmektedir. Anlaşıldığını bilen çalışanlar, iş yerine karşı olumlu hislere sahip olacaklardır. Ayrıca, iş yerinde çalışan-ış yeri değerleri uyumu sağlanmalıdır. Bu uyumun sağlanması için çalışanların değer ve inançlarının farkında olmak gerekir. Değerlerine saygı duyulduğunu bilen çalışan yaptığı işten tatmin duyacak ve örgüte daha fazla bağlanacaktır. Çalışanlara topluluk bilinci hissettirmek de iş yerlerinin üzerinde durması gereken konular arasında yer almaktadır. Topluluk bilinci ile çalışanlar kendilerini üyelerinin birbirini desteklediği güvenli bir aile ortamında gibi hissedeceklerdir. Bu hissiyat çalışanlara aidiyet duygusu ve tatmin sağlayacak, onların örgüte olan bağlılıklarını artıracaktır.

Çalışma sırasında, konunun çalışanların dini/manevi inançları çerçevesinde de ele alınabileceği görülmüştür. İlerideki çalışmalarda bu değişkenlerin iş yeri maneviyatı ile ilişkileri araştırılabilir. Ayrıca iş yeri maneviyatı ile işten ayrılma niyeti, iş yaşam kalitesi, psikolojik sermaye, örgütsel çatışma, örgütsel sessizlik, psikolojik dayanıklılık gibi değişkenler arasındaki ilişkiler incelenebilir. İş yeri maneviyatı ile ilgili çalışmaların iş yerlerinin çevresel unsurlarını da göz önünde bulundurularak çeşitlendirilip, geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, iş yeri maneviyatı ile liderlik tarzları, insan kaynakları yönetimi uygulamaları, örgüt yapısı ve kültürü, iş etiği ve sosyal sorumluluk, teknoloji, örgütsel yaratıcılık ve yenilikçilik arasındaki ilişkileri araştırmanın da konunun geliştirilmesi açısından etkili olabileceği düşünülmektedir.

Extended Abstract

Today, employees have started to seek more meaning, creativity, integrity, and respect in the way of earning their lives; they want to see more value in the workplace as a

physical, mental and spiritual whole (Gockel, 2004:161). Workplace spirituality has been raised as a concept that will respond to these needs. In addition, the performance of employees regarding their attitudes and behaviors (employee satisfaction with their work, continuity to work, etc.) has become as important as the financial performance of the organizations (Ittner and Larcker, 2003). Among the most commonly used indicators for determining behavioral performance in organizations are employees' satisfaction with their work and their commitment to the organization (Krishnakumar and Neck, 2002; Jurkiewics and Giacalone, 2004).

To date, many variables have been examined in terms of relation to job satisfaction and organizational commitment, but the relationship of workplace spirituality with these variables has not been adequately investigated. Therefore, in this research, the effect of workplace spirituality on job satisfaction and organizational commitment will be examined. This work will investigate spirituality in terms of employees and workplaces. In this respect, workplace spirituality can be defined as the compliance of the beliefs and values of employees with the workplace, their ethical behavior in the workplace, their connection with other employees and the organization, and their sense of community and seeing their work as meaningful and compatible with their inner world (Mirvis, 1997; Vaill, 1998; Ashmos and Duchon, 2000; Kolodinsky et al., 2008; Vaill, 2000; Corner, 2009; Giacalone and Jurkiewicz, 2010).

In the study, a survey was conducted on the employees of three major enterprises operating in the construction, mining, and machinery sectors in Niğde City. The research survey consists of four sections, including expressions of demographic information, workplace spirituality, job satisfaction, organizational commitment scales. Five hypotheses have been established regarding the effects of sub-dimensions of workplace spirituality (meaningful work, alignment of values, and sense of community) on the subdivisions of work satisfaction (intrinsic job satisfaction, extrinsic job satisfaction) and organizational behavior sub-dimensions (affective commitment, continuance commitment, normative commitment). In the research, the necessary demographic findings related to the data were included, reliability of scales, exploratory factor analysis, and correlation analysis was performed and the hypotheses were tested with hierarchical regression analysis.

According to the findings of the study on the effect of workplace spirituality sub-dimensions on the sub-dimensions of work satisfaction, the sub-dimensions of workplace spirituality "alignment of values" and "meaningful work" positively affect intrinsic job satisfaction; it has been determined that the sub-dimension of "sense of community" does not affect intrinsic job satisfaction. This coincides with similar research results in the literature (Komala and Ganesh, 2007; Kolodinsky et al., 2008; Marschke et al., 2011). Unlike this result, in Milliman et al. (2003)'s study, the sub-

dimension of sense of community positively affected intrinsic job satisfaction.

In this study, it is seen that meaningful work, sense of community, and alignment of workplace values have a positive effect on extrinsic job satisfaction. Similar results were generally found in the literature (Komala and Ganesh, 2007; Kolodinsky et al., 2008)

In the findings, it is seen that the dimensions of meaningful work and alignment of values from the sub-dimensions of workplace spirituality have a positive effect on affective commitment. This coincides with similar research results in the literature (Rego et al., 2007; Rego and Cunha, 2008; Nasina and Pin, 2011; Sudibyo and Hiskia, 2014; Campbell and Hwa, 2014; Haryokusumo, 2015). The dimension of "sense of community" from the sub-dimensions of workplace spirituality did not affect affective commitment. It is seen that most of the samples in the studies that find a positive effect of this dimension on affective commitment consist of employees with professions requiring at least undergraduate level education (Rego et al., 2007; Rego and Cunha, 2008; Khanifar et al., 2010; Nasina and Pin, 2011; Sudibyo and Hiskia, 2014; Campbell and Hwa, 2014; Haryokusumo, 2015; Mousa and Alas, 2016; Garg, 2018). The sample in this study consists mostly of workers who have been educated at the high school and elementary level. Therefore, it is thought that these employees may be concerned about protecting their presence in the workplace and meeting their financial needs. So, although employees are emotionally connected to the organization, they may not be able to focus on the human relationships and communication required by a sense of community due to their needs.

It is seen that the dimensions of sense of community and alignment of values from the sub-dimensions of workplace spirituality have a positive effect on the continuance commitment. According to the findings, the meaningful work dimension from the sub-dimensions of workplace spirituality has no effect on continuance commitment. Unlike the findings, in most studies in the literature (Rego et al., 2007; Rego and Cunha, 2008; Sudibyo and Hiskia, 2014) it is found that all sub-dimensions of workplace spirituality have a negative effect on the continuance commitment. As mentioned above, it is seen that these studies are mainly carried out on employees with professions and high levels of education. This research was carried out on workers with relatively low levels of education. These employees can simultaneously find their workplaces aligned with their values and feel a sense of community. Therefore, these employees may be committed to the organization both because of their high perception of spirituality in the workplace (alignment of workplace values and sense of community) and because they cannot bear the cost of leaving the organization. This opinion is supported by Mousa and Alas (2016), Garg (2018), and Meyer et al. (1993) that "employees can experience all three types of commitment at the same time, to varying degrees" (Gundogan, 2009:55).

According to the findings, it is seen that the dimensions of sense of community alignment with values from the sub-dimensions of workplace spirituality have a positive effect on normative commitment. This parallels the study of Rego et al. (2007), Rego and Cunha (2008), Khanifar et al. (2010), Campbell and Hwa (2014). In this study, the effect of the meaningful work dimension on normative commitment from the sub-dimensions of workplace spirituality was not found to be significant. There are studies in the literature that find this effect positive (Haryokusumo, 2015; Mousa and Alas, 2016). However, these studies are not considered sufficient to reach a general opinion on this subject. In order to determine these relationships more clearly, various studies are needed in different samples.

Although it is not possible to generalize the results of the research for all kinds of samples, it is possible to make various recommendations to the workplaces within the study limits. First of all, in addition to spiritual needs, employees have financial needs in the workplace. According to some employees, if they leave their organizations, they may become unemployed or work on low wages. It should be taken into account that employees may not be able to bear the cost of leaving the organization (continuance commitment) in addition to being emotionally connected (affective commitment) or connected with a sense of responsibility (normative commitment); It will be important to implement various development programs by making career planning in a way that reduces employees' financial concerns and increases their self-esteem.

Spiritual needs are essential for employees, too. Therefore, it is recommended to organizations determine what employees find meaningful at work and what makes them feel good. For this, it is necessary to listen to the employees and communicate with them in a healthy way. Employees who know that they are understood will have a positive feeling towards the workplace. In addition, alignment of workplace and employee values must be ensured. In order to achieve this alignment, it is necessary to be aware of the values and beliefs of the employees. Knowing that their values are respected, the employees will be satisfied with their work and will be more connected to the organization. Also, employees can be provided to feel a sense of community. So, they can feel like they are in a safe group where their members support each other. This feeling will provide employees with a sense of belonging satisfaction and increase their commitment to the organization.

Bilgi

#“İşyeri Maneviyatının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma” başlıklı doktora tezinden hazırlanmıştır.

Acknowledgement

#This study is derived from the dissertation named “İşyeri Maneviyatının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma”.

Kaynaklar

1. Ahiauzu, A., Asawo, S. (2009). Unwavering Hope and Workers' Commitment in the Nigerian Manufacturing Industry: A Study in Workplace Spirituality. *Business renaissance quarterly*, 4(1).
2. Akçamete, A., Kaner, S., Sucuoğlu, N. (2001). Tükenmişlik iş doyumu ve kişilik. *Nobel*.
3. Allen, N.J., Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 63(1): 1-18.
4. Altaf, A., Awan, M.A. (2011). Moderating effect of workplace spirituality on the relationship of job overload and job satisfaction. *Journal of business ethics*, 104(1): 93-99.
5. Ashmos, D.P., Duchon, D. (2000). Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of management inquiry*, 9(2): 134-145.
6. Balay, R. (2000). Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık. *Nobel*.
7. Baycan, F.A. (1985). Farklı çalışan gruplarında iş doyumunun bazı yönlerinin analizi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi bilim uzmanlığı tezi.
8. Bayraktaroğlu, S., Kutanis, R.Ö., Dosaliyeva, D. (2009). İşkoliklik ve örgütsel bağlılık: Bankacılık sektöründe karşılaştırmalı bir araştırma. 17. Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi, 21-23.
9. Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, Sayı, 59: 125-139.
10. Belwalkar, S., Vohra, V., Pandey, A. (2018). The relationship between workplace spirituality, job satisfaction and organizational citizenship behaviors—an empirical study. *Social Responsibility Journal*.
11. Bingöl, D. (1997). *Personel Yönetimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul, 3.
12. Bosch, L. (2009). The inevitable role of spirituality in the workplace. *Business Intelligence Journal*, 2(1): 139-157.
13. Bozkurt, Ö., Bozkurt, İ. (2008). İş tatmini etkileyen işletme içi faktörlerin eğitim sektörü açısından değerlendirilmesine yönelik bir alan araştırması.
14. Brown, B.B. (2003). Employees' organizational commitment and their perceptions of supervisors' relations-oriented and task-oriented leadership behaviors (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
15. Burack, E.H. (1999). Spirituality in the workplace. *Journal of organizational change management*, 12(4): 280-292.
16. Campbell, J.K., Hwa, Y.S. (2014). Workplace spirituality and organizational commitment influence on job performance among academic staff. *Jurnal Pengurusan (UKM Journal of Management)*, 40.
17. Clark, L., Leedy, S., McDonald, L., Muller, B., Lamb, C., Mendez, T. Schonwetter, R. (2007). Spirituality and job satisfaction among hospice interdisciplinary team members. *Journal of palliative medicine*, 10(6): 1321-1328.
18. Delbecq, A.L. (2000). Spirituality for business leadership: Reporting on a pilot course for MBAs and CEOs. *Journal of Management Inquiry*, 9(2): 117-128.
19. Djafri, F. Noordin, K. (2017). The impact of workplace spirituality on organizational commitment: A case study of Takaful agents in Malaysia. *Humanomics*.
20. Emmons, R.A. (2000). Is spirituality an intelligence? Motivation, cognition, and the psychology of ultimate concern. *The International Journal for the psychology of Religion*, 10(1): 3-26.
21. Fatima, T., Naz, A., Chughtai, S., Khawaja, K.F. (2017). Workplace spirituality and job satisfaction: Moderating role of intrinsic and extrinsic values. *Paradigms*, 11(1): 58.

22. Freshman, B. (1999). An exploratory analysis of definitions and applications of spirituality in the workplace. *Journal of organizational change management*, 12: 318-329.
23. Fry, L. W. (Ed.). (2005). Toward a paradigm of spiritual leadership, *The leadership quarterly*, 16(4): 619-622.
24. Garcia-Zamor, J.C. (2003). Workplace spirituality and organizational performance. *Public administration review*, 63(3): 355-363.
25. Garg, N. (2018). Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical exploration. *PURUSHARTHA-A journal of Management, Ethics and Spirituality*, 10(2): 8-24.
26. Garg, N., Punia, B.K., Jain, A. (2019). Workplace spirituality and job satisfaction: exploring mediating effect of organization citizenship behaviour. *Vision*, 23(3): 287-296.
27. Giacalone, R.A., Jurkiewicz, C.L. (Eds.). (2010). *Handbook of workplace spirituality and organizational performance*. Me Sharpe.
28. Gibbons, P. (1999). Spirituality at work: definitions, measures, assumptions and validation. *Proceedings of the Academy of Management, USA*.
29. Gockel, A. (2004). The trend toward spirituality in the workplace: Overview and implications for career counseling. *Journal of employment counseling*, 41(4): 156-167.
30. Gupta, M.V., Kumar, M., Singh, M. (2014). Creating satisfied employees through workplace spirituality: A study of the private insurance sector in Punjab (India). *Journal of business ethics*, 122(1): 79-88.
31. Güleş, H., Akgemci, T., Türkmen, M. (2011). Stratejik üretim işletme performansı ilişkisi: yapısal eşitlik modellemesi üzerine bir analiz. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (13): 62-79.
32. Gündoğan, T., G.M., İ.K. (2009). Örgütsel Bağlılık: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uygulaması. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İnsan Kaynakları Genel Müdürlüğü Ankara, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Eylül, 23-60.
33. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall International.
34. Haryokusumo, D. (2015). The effect of workplace spirituality dimensions on organizational commitment with perceived organizational support as moderating variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 6(2).
35. Hassan, M., Nadeem, A.B., Akhter, A. (2016). Impact of workplace spirituality on job satisfaction: Mediating effect of trust. *Cogent Business and Management*, 3(1): 1189808.
36. Hirschfeld, R.R. (2000). Does revising the intrinsic and extrinsic subscales of the Minnesota Satisfaction Questionnaire short form make a difference? *Educational and Psychological Measurement*, 60(2): 255-270.
37. Horozcu, Ü. (2010). Tecrübe Araştırmalar Işığında Dindarlık ve Maneviyat ile Ruhsal ve Bedensel Sağlık Arasındaki İlişki. *Milel ve Nihal*, 7(1): 209-240.
38. Ittner, C.D., Larcker, D.F. (2003). Coming up short on nonfinancial performance measurement. *Harvard business review*, 81(11): 88-95.
39. İşcan, Ö.F., Timuroğlu, M.K. (2007). Örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1): 119-135.
40. Javanmard, H. (2012). The impact of spirituality on work performance. *Indian Journal of Science and Technology*, 5(1): 1961-1966.
41. Jin, J.H., Ju, H.O., Kim, K.S., Park, Y.M. (2017). Effects of nursing workplace spirituality on job satisfaction, burnout and turnover intention among general hospital nurses. *Journal of Korean Clinical Nursing Research*, 23(2): 142-150.
42. Jufrizen, J., Sari, M., Nasutian, M.İ., Radiman, R., Wahyuni, S.F. (2019). The strategy of spiritual leadership: The role of spiritual survival, workplace spirituality and organizational commitment at private universities. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 8(1): 64-72.
43. Jurkiewicz, C.L., Giacalone, R.A. (2004). A values framework for measuring the impact of workplace spirituality on organizational performance. *Journal of business ethics*, 49(2): 129-142.
44. Karaduman, A. (2002). Ekip Çalışmasında, Liderin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi, Atatürk Üniversitesi Sos. Bil. Enst Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
45. Khanifar, H., Jandaghi, G., Shojaie, S. (2010). Organizational consideration with spirituality and professional commitment. *European Journal of Social Sciences*, 12(4): 558-571.
46. Kinjerski, V.M., Skrypnik, B.J. (2004). Defining spirit at work: Finding common ground. *Journal of organizational change management*. 17(1): 26-42.
47. Kolodinsky, R.W., Giacalone, R.A., Jurkiewicz, C.L. (2008). Workplace values and outcomes: Exploring personal, organizational, and interactive workplace spirituality. *Journal of business ethics*, 81(2): 465-480.
48. Komala, K., Ganesh, L.S. (2007). Individual spirituality at work and its relationship with job satisfaction and burnout: An exploratory study among healthcare professionals. *The Business Review*, 7(1): 124-129.
49. Köroğlu, Ö. (2012). İçsel ve dışsal iş doyum düzeyleri ile genel iş doyum düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi: turist rehberliği üzerinde bir araştırma. *Doğu Üniversitesi Dergisi*, 13(2): 275-289.
50. Krishnakumar, S., Neck, C.P. (2002). The "what", "why" and "how" of spirituality in the workplace. *Journal of managerial psychology*. 17(3): 153-164.
51. Leigh, p. (1997). The new spirit at work. *Training and Development*, 51(3): 26-33.
52. Liu, C.H., Robertson, P.J. (2011). Spirituality in the workplace: Theory and measurement. *Journal of management inquiry*, 20(1): 35-50.
53. Locke, E.A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational behavior and human performance*, 4(4): 309-336.
54. Marschke, E., Preziosi, R., Harrington, W.J. (2011). How sales personnel view the relationship between job satisfaction and spirituality in the workplace. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 15(2): 71-110
55. Meyer, J.P., Allen, N.J. (1984). Testing the "side-bet theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of applied psychology*, 69(3): 372-378
56. Meyer, J.P., Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1): 61-89.
57. Meyer, J.P., Allen, N.J., Smith, C.A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of applied psychology*, 78(4): 538-551
58. Milliman, J.F., Czaplewski, A.J., Ferguson, J.M. (2001). An exploratory empirical assessment of the relationship between spirituality and employee work attitudes. *Academy of Management proceedings*, 2001(1): B1-B6, Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

59. Milliman, J., Czaplewski, A. J., Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of organizational change management*, 16(4): 426-447.
60. Ian, M., Elizabeth, D. (1999). A Study of Spirituality in the Workplace. *Sloan Management Review*. Summer: 83-92.
61. Mousa, M., Alas, R. (2016). Workplace spirituality and organizational commitment: A study on the public schools' teachers in Menoufia (Egypt). *African Journal of Business Management*, 10(10): 247-255.
62. Mowday, R.T., Steers, R.M., Porter, L.W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2): 224-247.
63. Mutluer, S.Y. (2006). Özgüven Oluşmasında Manevi Değerlerin Rolü, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri (Din Psikolojisi) Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
64. Nasina, M.D., Pin, D., Pin, K. (2011). The workplace spirituality and affective commitment among auditors in big four public accounting firms: does it matter? *Journal of global management*, 2(2).
65. O'Reilly, C.A., Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification, and internalization on prosocial behavior. *Journal of applied psychology*, 71(3): 492-499.
66. Özdem, G. (2012). The relationship between the organizational citizenship behaviors and the organizational and professional commitments of secondary school teachers. *Journal of global strategic management*, 12: 47-64.
67. Özdoğan, Ö. (2005). İsimli Hayatlar. Lotus Yayınları, Ankara.
68. Pelenk, S.E., Acaray, A. Aşırı iş yükünün iş tatminine etkisinde iş yeri maneviyatının düzenleyici rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(27): 480-497.
69. Pfeffer, J., Veiga, J.F. (1999). Putting people first for organizational success. *Academy of management perspectives*, 13(2): 37-48.
70. Probst, T.M., Strand, P. (2010). Perceiving and responding to job insecurity: A workplace spirituality perspective. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 7(2): 135-156.
71. Rego, A., e Cunha, M.P. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study. *Journal of organizational change management*, 21(1): 53-75.
72. Rego, A., Cunha, M.P.E., Souto, S. (2007). Workplace Spirituality, Commitment, and Self-Reported Individual Performance: An Empirical Study. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 5(3): 163-183.
73. Seyyar, A. (2009). Çalışma hayatında ve iş yerinde maneviyat. *Kamuda Sosyal Politika*, 3(11): 42-52.
74. Steers, R.M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative science quarterly*, 46-56.
75. Sudibyö, Y.A., Hiskia, R.F. (2014). The Influences of Workplace Spirituality, Organizational Factors, and Cultural Factors on Employees Performance through Organizational Commitment. *Journal of Operations Management*, 26: 180-197.
76. Ugboro, I.O., Obeng, K. (2000). Top management leadership, employee empowerment, job satisfaction, and customer satisfaction in TQM organizations: an empirical study. *Journal of quality management*, 5(2): 247-272.
77. Uysal, V., Ayten, A. (2009). Ruhsallık Umutsuzluğu Azaltır mı? Ruhsallık-Umutsuzluk İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma, 16. Ulusal Sosyal Psikiyatri Kongresi -Kongre Kitabı, Safranbolu, Karabük, 1-4 Temmuz, 318-330.
78. Van der Walt, F., De Klerk, J.J. (2014). Workplace spirituality and job satisfaction. *International Review of Psychiatry*, 26(3): 379-389.
79. Wagner-Marsh, F., Conley, J. (1999). The fourth wave: the spiritually-based firm. *Journal of organizational change management*, 12(4): 292-301
80. Wasti, S.A. (2000). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi. 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 401410, Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
81. Weiss, D.J., Dawis, R.V., England, G.W. (1967). Manual for the Minnesota satisfaction questionnaire. XXII. Minnesota studies in vocational rehabilitation, University of Minnesota.
82. Zaidi, H., Ghayas, M.M., Durrani, T.I.K. (2019). Impact of work place spirituality on job satisfaction. *RADS Journal of Business Management*, 1(1): 49-57.



A Research on the Determination of the Factors Affecting the Academicians' Attitude Towards E-Learning Systems During Covid-19 Pandemic

Bilgen Akmermer^{1,a,*}, Hasan Ayyıldız^{2,b}

¹Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Karadeniz Technical University

²Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Karadeniz Technical University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 15/12/2021

Accepted: 06/02/2022

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic which originated in China in early December 2019 rapidly widespread in almost the world and caused an urgent transformation in the education sector as in many social and economic sectors. Similar to other educational institutions which had to take a break from face-to-face education activities, all universities switched to the distance education model with the e-learning systems. This mandatory process also revealed the need for research and development studies required to successfully execute e-learning systems. In this sense, in addition to establishing the necessary technological infrastructure, it is important to understand the academicians' approaches and examine their attitudes towards the system, for the successful implementation of e-learning systems and the delivery of educational services with the expected quality and content. Therefore, this research aims to examine the factors that may affect the attitudes of academicians who actively use e-learning systems towards the use of the system. The research was conducted within the framework of the Technology Acceptance Model (TAM), and the basic model was expanded with different factors that present a versatile perspective at systemic, personal, occupational, and institutional levels. The study was carried out with 274 academicians working at Karadeniz Technical University, which has years of experience with the Distance Education and Application Centre within its structure. The research is expected to be a reference for other studies to be conducted on e-education services in the future and has evaluable results in increasing e-learning efficiency in universities.

Keywords: E-services, E-learning, Structural equation modeling, Technology acceptance model.

Covid-19 Pandemisi Sürecinde Akademisyenlerin E-Eğitim Sistemlerine Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

Süreç

Geliş: 15/12/2021

Kabul: 06/02/2022

ÖZ

2019 yılı aralık ayı başlarında Çin'de ortaya çıkan ve küresel çapta yayılan Covid-19 pandemisi birçok sosyal ve ekonomik sektörlerde olduğu gibi eğitim sektöründe de acil bir değişim sürecinin yaşanmasına neden olmuştur. Yüz yüze eğitim faaliyetlerine ara vermek zorunda kalan tüm eğitim kurumları gibi üniversiteler de e-eğitim sistemi ile uzaktan eğitim modeline geçmek zorunda kalmıştır. Bu zorunlu süreç üniversitelerde e-eğitim sistemlerinin başarıyla yürütülebilmesi için gerekli araştırma ve geliştirme çalışmalarına yönelik ihtiyacı da ortaya koymuştur. Bu anlamda, e-eğitim sistemlerinin başarıyla yürütülebilmesi ve eğitim hizmetlerinin beklenen kalite ve içerikte sunulabilmesi için gerekli teknolojik altyapının kurulmasının yanında, eğitim sürecini yürüten öğretim üyelerinin yaklaşımlarını anlamak ve sisteme yönelik tutumlarını incelemek de sistemin yürütülebilmesi için önem arz etmektedir. Dolayısıyla, bu araştırma e-eğitim sistemlerini aktif olarak kullanan öğretim üyelerinin sistemin kullanımına yönelik gösterdikleri tutum üzerinde etkili olabilecek faktörleri incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Teknoloji Kabul Modeli (TKM) çerçevesinde yürütülmüş, temel model sistemsel, kişisel, mesleki ve kurumsal düzeyde çok yönlü bir bakış açısı sunan farklı faktörler ile genişletilmiştir. Anket deseninde hazırlanan çalışma, bünyesinde bulunan Uzaktan Eğitim ve Uygulama Merkezi ile uzun yıllar tecrübe kazanan Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde görev alan 274 öğretim üyesi ile yürütülmüştür. Araştırmanın hem gelecekte e-eğitim hizmetleri üzerine yapılacak benzer çalışmalara referans olması hem de üniversitelerdeki e-eğitim verimliliğinin artırılması konusunda değerlendirilebilir sonuçlara sahip olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: E-Hizmetler, E-eğitim, Yapısal eşitlik modellemesi, Teknoloji kabul modeli

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

^a bakmermer@ktu.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0003-4201-5254> | ayyildiz@ktu.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0003-1954-6719>

How to Cite: Akmermer B., Ayyıldız H. (2022) A Research on the Determination of the Factors Affecting the Academicians' Attitude Towards E-Learning Systems During Covid-19 Pandemic, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 548-565

Giriş

Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) birçok alanda olduğu gibi, toplumların eğitim faaliyetlerinde de önemli değişimler ve gelişimler yaratmaktadır. Bu anlamda günümüzün uzaktan eğitim uygulamaları da bilgi teknolojilerindeki bu gelişmelerle birlikte küresel iletişim ağı üzerinden uygulanabilir hale gelmiştir (İşman, 2011). Önceki yıllarda çeşitli nedenlerle okul derslerine katılmayan öğrenciler için oluşturulan uzaktan eğitim süreci günümüzde internetin de gelişimiyle web tabanlı olarak yeniden tanımlanmış ve “çevrimiçi eğitim” veya “e-eğitim” adı altında yeni bir boyut kazanmıştır (Lei ve Gupta, 2010). Bugün, giderek yaygın hale gelen e-eğitim sistemleri, internet ve farklı görsel/ışitsel multimedya araçları (ses, video, mesaj, mail vb.) ile bilgiye erişimi zaman ve konumdan bağımsız kılarak bireysel öğrenmeyi kolaylaştırmakta ve eğitimin gücü ve kalitesini arttırmaktadır. Bu nedenle, yükseköğretim kurumları için teknoloji kullanımı bir seçenek olmaktan ziyade bir gereklilik olarak görülmelidir. Bu anlamda bu yaklaşıma sahip yükseköğretim kurumları da öğrenme süreçlerini, eğitici ve öğrenci iletişimini, öğrenme zamanı, yerini ve hızını kökten değiştiren e-eğitim platformlarını yaygınlaştırmaya çalışmaktadır.

Ülkemizde de 1980 ve 1990’lı yıllardan itibaren uzaktan eğitim ilk, orta ve yükseköğretim düzeyinde olgunlaşmaya başlamış; 2000’li yıllardan sonra ise uzaktan eğitime yönelik artan ilgi BİT ile desteklenerek e-eğitim olarak önemli derecede yaygınlaşmıştır. Günümüzde, yükseköğretim ayağında birçok üniversitede de lisans, ön-lisans ve yüksek lisans programları uzaktan eğitim ile de yürütülebilmektedir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK, 2020) verilerine göre ülkemizde 207 üniversitenin 123’ünde Uzaktan Eğitim ve Öğretim Uygulama ve Araştırma Merkezi (UZEM) ile uzaktan eğitim süreci kurumsal bir yapı altında sürdürülmektedir (YÖK, 2020a). Ancak gelinen noktada ülkemizin de içinde bulunduğu COVID-19 pandemisi eğitimdeki bu değişim sürecinin gerekliliğini daha açık şekilde göstermiştir. Bilindiği üzere YÖK tarafından alınan karar neticesinde 16 Mart 2020 tarihi itibarıyla üniversitelerde yükseköğretime ara verilmiş, 23 Mart 2020 tarihi itibarıyla de 7,5 milyon yükseköğretim öğrencisi ile yaklaşık 170 bin akademisyen zorunlu olarak uzaktan eğitim sürecine geçmiştir (YÖK, 2020a; 2020b). Her ne kadar birçok üniversitede UZEM merkezleri bulunsada birçok üniversitede yeterli altyapının olmaması geçiş sürecinde bazı sıkıntıların yaşanmasına neden olmuş eğitim süreci kısmen de olsa sekteye uğramıştır. Bu mecburi geçiş ve gelecekte de benzer tehditlerin yaşanabilme ihtimali karşısında eğitim faaliyetlerinin aksamaması için e-eğitim sistemlerinin ivedilikle geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir. Konu ile ilgili YÖK tarafından 04 Haziran 2020 tarihinde konunun önemi ve gelecek planlama ile ilgili şu açıklama yapılmıştır (YÖK, 2020c);

“Üniversitelerimize örgün programlarında yer alan derslerin %30’una kadarını uzaktan öğretim yolu ile verilebilmelerine imkân sağlamasına rağmen bu orana yaklaşan üniversitemiz bulunmamaktadır. Bu durum,

dijital imkanların kullanılabilmesi yolunda güçlü bir iradeye sahip bulunan kurumlarımızın bile ayrıca bir yönlendirmeye ve desteğe ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Bu çerçevede yükseköğretim kurumlarımızın, dijital imkanlarla uzaktan öğretim yoluyla ders vermelerine ilişkin çalışmalarını desteklemek amacıyla önemli kararlar alınmıştır. Buna göre; Ön lisans, lisans ve yüksek lisans düzeydeki örgün programlarda uzaktan öğretim yoluyla verilebilecek ders oranı %40’a yükseltilmiştir. Ayrıca dijital imkanların kullanılabilmesindeki yetkinliğin program özelinde de olması için örgün öğretimdeki her bir programın derslerinin asgari %10’unun uzaktan öğretim ile verilmesinin güçlü bir şekilde tavsiye ve teşvik edilmesine de karar verilmiştir.”

Bu anlamda, e-eğitim sistemlerinin eğitim-öğretim sürecinde başarıyla uygulanabilmesi ve gereken verimin sağlanabilmesi için gerekli teknolojik altyapının kurulmasının yanında, eğitim sürecini bu sistemler aracılığıyla yürütecek olan öğretim üyelerinin de sisteme yönelik yaklaşımlarını inceleyen faktörleri ortaya koyabilmek önem arz etmektedir. El-Tartoussi (2009) başarılı bir eğitim sisteminin sadece teknolojiye bağlı olmadığını, aynı zamanda eğitmen/öğrenci gibi sistem kullanıcılarının başarısında hayati öneme sahip olduğunu ve sistemi benimseme stratejilerinin yakından incelenmesi gerektiğini belirtmiştir. Buna paralel olarak Al-Busaidi ve Al-Shihi (2010), herhangi bir akademik kurumdaki e-eğitimin başarısının eğitmenlerin sistemi kabulü ile başladığını ifade etmiştir. Bu anlamda bu araştırma e-eğitim sistemlerinin bu yönüyle değerlendirilmesine odaklanmıştır.

Çalışmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı, üniversitelerde yürütülen e-eğitim sistemlerinde görev alan öğretim üyelerinin bu sistemin kullanılmasına yönelik bakış açılarını bütünsel (bireysel, sistemsel, mesleki ve kurumsal) açıdan değerlendirerek; e-eğitim sistemlerinin uzun süreli/kalıcı olarak uygulanabilir olması için çözüm önerileri sunmaktır. Bu genel amaç altında araştırma kapsamında 2009 yılından beri bünyesinde kurduğu UZEM ile salgın sürecinde de e-eğitimin kurumsal bir altyapı ile yürütülmesini sağlayan Karadeniz Teknik Üniversitesi’nde (aynı üniversite sınırları içinde) görev alan öğretim üyelerinin e-eğitim sisteminin kullanımına yönelik tutumları incelenecektir. Bu araştırma bu sistemlerin bireysel ve kurumsal olarak nasıl yapılandırılması gerektiğine yönelik tavsiye kararlarının verilebilmesi için önemli bir veri sağlayacaktır. Bu tavsiye kararlarının uygulanması neticesinde, gelecekte olabilecek benzer salgınlar ya da farklı küresel/ulusal olumsuz koşullar karşısında ülkemizin yükseköğretim kurumlarının hazırlıklı olmasına ve oraya çıkabilecek olumsuz koşulların minimum düzeyde tutulmasına katkı sağlamış olacaktır.

Bu yaklaşım çerçevesinde, ana araştırma soruları şu şekilde tasarlanmıştır:

AS1: Öğretim üyelerinin e-öğretim sistemi konusundaki bakış açıları nelerdir?

AS2: Sistematik (teknolojik), bireysel, mesleki veya örgütsel faktörler öğretim üyelerinin e-öğretim sistemlerinin kullanımına yönelik bakış açılarını nasıl etkilemektedir?

Çalışmanın araştırma modeli, öğretim üyelerinin e-öğretime karşı tutumunu yani e-öğretim sisteminden *algılanan faydayı ve algılanan kullanım kolaylığını* destekleyen dört farklı faktör grubu ile desteklenmiştir.

- Sistemsel Faktörler; Sistem Kalitesi (içerik kalitesi, erişilebilirlik, güvenlik), Teknik Destek
- Kişisel Faktörler; Kolaylaştırıcı Koşullar, Bilgisayar Öz-yeterliliği
- Mesleki Faktörler; Ders Verimliliği ve Mesleki İlgililik
- Kurumsal Faktörler; Kurumsal Stratejik Odaklılık ve Kurumsal Destekler

Bu doğrultuda, KTÜ' de yürütülen e-öğretim üzerine öğretim üyelerinin bakış açılarını araştırmak için Teknoloji Kabul Modeli (TKM) ek değişkenlerle desteklenerek araştırma sorularına cevap aranmıştır. Bundan sonraki bölümde kuramsal çerçeveyi ortaya koymak ve araştırma modelini desteklemek amacıyla öncelikle konu ile ilgili literatür araştırması tamamlanmış ve teorik alt yapı ve bu paralelde geliştirilen araştırma modeli ve hipotezler aktarılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

E-Öğretim Kavramı

E-öğretim sistemleri internetin ve teknolojik cihazların gelişimi ile uzaktan eğitim sistemini elektronik ortama taşımıştır. E-öğretim terimi ilk kez 1999'da Jay Cross tarafından "internet çağında eğitimin ve ağların yakınsaması" olarak tanımlanmıştır (Cross, 2004). Khan (2005), e-öğretim tanımına daha geniş bir çerçeveden bakarak: "Açık, esnek ve yaygınlaştırılabilir bir öğrenme ortamına uygun eğitim materyallerini çeşitli dijital teknoloji kaynakları ile birleştirerek herkes için, her yerde ve her zaman, iyi tasarlanmış, öğrenen merkezli, etkileşimli ve kolaylaştırılmış bir öğrenme ortamını sağlayan yenilikçi bir eğitim yaklaşımı" olarak tanımlamıştır. Araştırmanın hedef kitlesi olan "yükseköğretim kurumlarındaki e-öğretim" sitelerinin yapısı ve yürütülme şekli temel alındığında; yükseköğretimdeki e-öğretim; "bilgisayarlar veya akıllı telefon gibi internete bağlanabilir cihazlar yardımıyla öğretim materyallerinin paylaşılabilir ve kullanılabilir hale getirilmesini sağlayarak eğitmen ve öğrenci arasında yürütülen öğretim-öğrenim sürecinin fiziksel ortam veya zaman kısıtı olmaksızın (Li ve Masters, 2009) yürütülmesini ve yaygınlaştırılabilmesini sağlayan web tabanlı yenilikçi bir eğitim sistemi" olarak tanımlanabilir (Nagi ve Vate-U-Lan, 2009). Yenilikçi bir teknolojinin beklenen başarıyı sağlayabilmesi ise bu teknolojiyi

kullanan hedef kitlelerin teknolojiye karşı tutumu ve benimseme süreci ile yakından ilgilidir. Hussein (2011), e-öğretim sürecinin başarısının insan faktörüne bağlı olduğunu, eğiticilerin ve öğrencilerin süreç başarısında ve sistemin kolaylıkla uygulanabilmesindeki en etkili unsur olduğunu belirtmiştir. El-Tartoussi'ye (2009) de, eğitmenlerin ve öğrencilerin yeni teknolojiyi benimsemelerinin, yeni teknoloji destekli öğrenme süreçlerini uygulamaya çalışırken çok önemli olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle, herhangi bir yüksek öğrenim kurumunun e-öğretim uygulamasının başarısının bu sistemi aktif olarak kullanan eğitmenlerin sistemi kabul etmesiyle başladığını söylemek mümkündür. Bu anlamda e-öğretimin kabulüne ilişkin araştırmalar, farklı teknoloji kabul teorilerine dayandırılarak yürütülmüştür.

E-Öğretim Kapsamında Teknoloji Kabul Modeli Literatürü

Teknoloji Kabul Modeli- TKM (Davis, 1989), son kullanıcılar tarafından teknoloji kabulünün belirleyicilerini açıklamak amacıyla ortaya konan ve e-öğrenmeyi benimseme çalışmaları için de öncelikli olarak kullanılan teknoloji kabul teorilerinden biridir. Ancak literatürde birçok çalışmada ifade edildiği gibi, TKM modeli çeşitli teknolojilere uygulanabilen ortak değişkenler üzerine inşa edilen temel bir modeldir. Dolayısıyla farklı teknoloji tasarım ve uygulamalarının benimsenme ve kabulünde çeşitli öncüllerin/dış değişkenlerin modele eklenerek modelin farklı açılardan değerlendirilmesi önerilmektedir. Bu anlamda TKM2 ve TKM3 modelleri de bu yaklaşım üzerine geliştirilmiştir.

E-öğretim teknolojileri ile ilgili olarak Islam, Azad, Mäntymäki ve Islam (2014), TKM ve varyantlarının incelemesini yaparak, TKM araştırmalarının sınırlamalarını tartışmış, TKM modelinin e-öğretim dahil çeşitli bağlamlarda ilerleyici olduğunu ancak TKM' nin temel yapıları içerdiğinden, yapıların mümkün olan en iyi şekilde ölçüldüğünden emin olmak için TKM' in yeniden inşa edilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. İlgili literatürdeki çalışmaların da bu düşüncelere paralel olarak geleneksel TKM' nin farklı teorilerden alınan ek değişkenlerle desteklendiği görülmüştür. Liu, Liao ve Peng (2005), TKM' yi pozitif psikolojide yer alan Akış Teorisi (Flow Theory) ile bütünleştirmişlerdir. Çalışma kabul modellerinden farklı olarak, medya zenginliğinin de kullanıcıların kullanım kabulü üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir. Sonuç olarak kullanıcıların algılanan yararlılığa ek olarak, medya açısından zengin e-öğretim programlarının kullanıcıların yoğunluğunu (akış-konsantrasyon) arttırdığını göstermişlerdir. Liaw (2008), e-öğretim sisteminin kalitesinin algılanan zevk, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan öz-yeterlilik üzerindeki etkilerini araştırmış ve eğitmenin sistemi kullanma niyetini etkilediğini bulmuştur. Lin (2007) çevrimiçi eğitim sisteminin başarısını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik çalışmada bilgi kalitesi, hizmet kalitesi ve sistem kalitesinin kullanıcı memnuniyeti ve kullanmaya yönelik davranışsal niyet aracılığıyla e-öğretim kullanımı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Angela,

Sylvia, Handoko ve Abdurachman, 2018; Çakır ve Solak 2014; Mohammadi 2015; Ramirez-Anormaliza, Sabate ve Guevara-Viejo 2015; Salloum, Alhamad, Al-Emran, Monem ve Shaalan, 2019, öz yeterlilik, öznel norm ve deneyim, kullanıcı memnuniyeti, sistem kalitesi, bilgi kalitesi, eğlencelilik, erişilebilirlik gibi dış faktörler ile TKM'yi genişleterek algılanan kullanım kolaylığını, algılanan kullanışlılığı ve e-egitim teknolojilerini kullanma niyetini etkileyerek kullanıcının davranışını dolaylı olarak etkilediğini doğrulamıştır. Yine Sheng, Zhao ve Tan (2008) TKM'yi içsel motivasyon faktörleri ile genişletmiş ve orijinal TKM'nin açıklayıcılığından çok daha yüksek bir varyans (%71,3) elde etmiştir. Eğiticiler temelinde yapılan araştırmalar kapsamında ise; ilk araştırmalar, öğretmenlerin, bilgi ve iletişim teknolojisi ile ilgili öğretim deneyimi eksikliği ve öğretmenler için teknik destek eksikliği nedeniyle bilgisayar tabanlı öğretimi kullanmak istemediklerini göstermiştir (Weil ve Rosen, 1995). Öğretmenlerin algılarının ve kişisel ve psikolojik faktörlerin de geleneksel sınıflara kıyasla öğretmenin teknoloji kullanımını benimseme tutumu üzerinde ana etkiye sahip olduğu bulunmuştur (Robertson, 1996). Dillon ve Morris (1996); Webster ve Hackley (1997) eğitimcilerin bir teknolojiye yönelik tutumlarının ve teknoloji üzerindeki kontrollerinin eğitim çıktıları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır. Ball ve Levy (2008) öğretim elemanlarının özelliklerinin (bilgisayar yeterliliği, bilgisayar kaygısı ve teknoloji kullanımı ile ilgili deneyim gibi) öğretim elemanlarının yeni gelişen eğitim teknolojilerini kullanma niyeti üzerindeki etkilerini görmüştür. Al-Busaidi ve Al-shihi (2010), eğitimcilerin algıladıkları kullanım kolaylığının, algıladıkları yararlılığın ve dolayısıyla fiili kullanımı etkileyen kritik faktörlerin: motivasyon araçları, teknoloji uyumu, organizasyon desteği ve teknik destek olduğunu ortaya koymuştur. Yuen ve Ma (2008), öğretmenlerin e-egitim sistemlerinin kabul süreçlerini anlamak için TKM'ye ek yapılar eklemiş; kullanım amacı, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanışlılık, öznel norm ve bilgisayar öz-yeterliliği gibi beş yapı içeren komposit bir modeli test etmiştir. Öznel normun ve bilgisayar öz-yeterliliğinin, TKM' deki temel yapıların iki önemli dayanağı olduğu bulunmuştur. Toplamda, öznel norm, bilgisayar öz-yeterliliği ve algılanan kullanım kolaylığı, kullanıcıların e-egitim sistemini kullanma niyetinde gözlenen varyansın %68'ini açıklamıştır. Literatürde incelenen bu araştırmalar bu çalışmanın araştırma modelinin genel çerçevesinin oluşturulması için destekleyici olmuştur.

Diğer yandan, uluslararası literatürde konu ile ilgili birçok çalışma bulunsu da genel olarak sistemin öncelikli kullanıcıları olan öğrenciler tarafından konu değerlendirilmiştir. Yükseköğretimde ise öğretim üyeleri yönünden sistemi değerlendiren çok sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Ülkemizde de buna paralel olarak "yükseköğretimde uygulanan" uzaktan eğitim ve e-egitim üzerine yapılan araştırmalar yeterli düzeyde olmamakla beraber, çoğu araştırma sisteme yönelik memnuniyet algısı üzerinde odaklanmış ve yine konu öğrenci bakış açısıyla ele alınmıştır. Sistemin diğer önemli kullanıcıları

olan öğretmenlere yönelik yapılan kısıtlı araştırmalar ise daha çok ilk-orta öğretim düzeyinde yine memnuniyet algısı çerçevesinde yürütülmüştür. Konuyu yükseköğretimde öğretim üyesi çerçevesinden teknoloji kabul modelleri ile değerlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde hissedilen bu eksiklik karşısında bu çalışmada genişletilmiş bir TKM' nin ortaya konması ile konunun farklı yönlerden de değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Sistemin kullanımına yönelik tutum ve davranışı ölçecek olan bu çalışmanın sistemsel gelişime katkısının yanında literatürdeki bazı eksiklikleri de gidermesi beklenmektedir.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

E-egitim, temel tanımı gereği, teknoloji ile eğitim süreci arasındaki bir ilişki olarak ifade edildiğinden bu çalışmanın araştırma modeli Teknoloji Kabul Modeli (TKM) (Davis, 1989) üzerine yapılandırılmıştır. Modelin genel yaklaşımı, algılanan kullanım kolaylığı (AKK) ve algılanan fayda (AF) faktörlerinin tutum, niyet ve sonuç olarak bir bilgi sisteminin gerçek kullanımını belirlediğini ifade etmektedir.

Davis (1989), *algılanan faydayı*, bir kullanıcının belirli bir sistemi kullanmanın iş performansını ve üretkenliğini olumlu yönde etkileyeceğine inanma derecesi olarak tanımlamıştır. Teorik perspektiften, TKM, bireylerin teknolojiye karşı fiilen harekete geçmeden önce harekete geçme niyetinde olduklarını ve bilgi teknolojisine yönelik algılanan fayda ve tutumların bu davranışsal niyetin ana belirleyicileri olduğunu öne sürmektedir. Diğer yandan, Davis (1989) algılanan kullanım kolaylığını insanların belirli bir sistemi kullanmanın zahmetsiz olacağına inanma derecesi olarak tanımlamıştır. Venkatesh (2000), davranışsal karar verme bakış açısından, insanların genellikle davranışlarındaki çabayı en aza indirmeye çalıştıklarını ve dolayısıyla teknoloji kullanıcılarının da belirli bir sistemin kullanım kolaylığına ilişkin algılarının, o sistemi kullanımlarına yönelik genel inançlarına dayanarak oluşturduğunu ifade etmiştir. Bu yaklaşımlara paralel olarak, e-egitim teknolojileri perspektifinden yapılan araştırmalarda da algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının davranışsal niyetin belirleyicileri olduğu gösterilmiştir (Abdullah vd., 2016; Alharbi ve Drew, 2014; Ching-Ter, Hajiyey ve Su, 2017; Tarhini Hone ve Liu, 2014; Tarhini, Hone, Liu ve Tarhini, 2017).

Literatür kısmında ifade edilen nedenlere istinaden e-egitim sistemlerinin benimsenme ve kabulünü yönlendiren faktörlerin detaylı değerlendirilebilmesi için TKM modeli dış faktörlerle desteklenmiştir. Bu dış değişkenler sistemin ana kullanıcıları yani öğretim üyelerine göre belirlenmiştir. Kurulan araştırma modelindeki bu dış değişkenler 4 başlık altında (Sistemsel, kişisel, mesleki ve kurumsal faktörler) toplanmıştır.

Dış faktörler gruplarından ilki olan, "*sistemsel faktörler*", kurumun kurduğu *sistemin kalitesi* ve *teknik destek* olanakları ile değerlendirmeye alınmıştır. *Sistem kalitesi* bir sistemin beklenti ve gereksinimlerini karşılayabilme yeteneği ve karakteri olarak tanımlanmaktadır (Al-Busaidi ve Al-Shinini, 2010).

Dolayısıyla bir sistemin kalitesi kullanıcıların sisteme yönelik tutum ve davranışlarını etkilemektedir. İnternet tabanlı e-sistemleri için işlevsellik (Pituch ve Lee, 2006), güvenilirlik (Wang, Wang ve Shee, 2007) ve erişilebilirlik (Wang vd., 2007) özellikleri sistemin kalitesinin değerlendirilmesi için öne çıkan özellikler olarak kabul edilmektedir. Liaw (2008) yine eğitimler üzerine yapmış olduğu bir araştırmasında, e-egitim sistemleri kalitesinin, algılanan yararlılık, algılanan zevk ve öz-yeterlik üzerinden kullanım niyeti üzerine olan etkisini göstermiştir. Bu çalışmada da sistem kalitesi içerik kalitesi (işlevsellik, erişilebilirlik ve güvenlik) üzerinden değerlendirilmektedir. Sistemsel faktörler kapsamında kurum tarafından sunulan teknik destek imkanları da değerlendirmeye alınmıştır. *Teknik destek* (TD); ise geniş anlamda kuruluşların teknoloji ürünleri veya hizmetleri kullanıcılarına sağladığı hizmetleri ifade etmektedir. Bu anlamda, öğretim üyelerinin sistemi kullanma konusundaki tutum ve davranışlarını şekillendirme açısından sunulan teknik desteklerin değerlendirilmesi gerekliliği öngörülmüştür. Ngai, Poon ve Chan (2007), TD'yi kullanıcıların e-egitim sistemine karşı tutumlarını etkileyen AF ve AKK üzerinde doğrudan etkisi olan en önemli faktörlerden biri olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla bu çalışmada da TD teorik modelindeki dış faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Araştırma kapsamında önerilen araştırma modelinde yer alan sistemsel faktörlere ilişkin değişkenlerin (sistem kalitesi, teknik destek) ölçülmesinde kullanılan maddeler ise Pituch ve Lee (2006) ve Ngai vd. (2007) tarafından yapılan araştırmalardan derlenmiştir.

Öğretim üyelerinin sisteme yönelik göstereceği tutum ve niyet arkasındaki önemli faktör gruplarından bir diğeri de "*kişisel faktörler*" olarak belirlenmiştir. Kişisel faktörler kolaylaştırıcı koşulları ve teknoloji öz-yeterliliğini, kapsamaktadır. *Kolaylaştırıcı koşullar* kişinin sahip olduğu teknik (cihaz yeterliliği ve fiziksel altyapı (dersi aktif olarak yürütebileceği uygun ortam)) yeterliliği sorgulamaktadır. Öğretim üyelerinin bu temel koşullara yeterli oranda sahip olup olmadığına yönelik algılarının sistemi kabulleri üzerinde önemli bir etken olacağı düşünülmektedir. *Öz-yeterlilik* ise öğretim üyesinin teknoloji tabanlı sistemlere yönelik kullanım yeterliliğini değerlendirmektedir. Bandura ve Wood (1989)'a göre öz-yeterlik (ÖY), verilen durumsal talepleri karşılamak için kişinin gerekli motivasyonu ve bilişsel kaynakları harekete geçirme yeteneğine olan inancını ifade etmektedir. Öz-yeterlik kavramı örgütsel davranış literatüründe de dikkat çekmiştir. Compeau ve Higgins, (1995, s.192) ise bilgisayar öz-yeterlik kavramını "Bireyin görevlerini yerine getirmek için bilgisayar becerilerini uygulama kabiliyeti" olarak tanımlamıştır. Bu nedenle, öz-yeterliliğin değerlendirilmesi, bilgisayar tabanlı sistemlerin etkili bir şekilde uygulanması için değerlendirilmesi gerekli etkenlerden biri olarak görülmektedir. E-egitim kapsamında, Ball ve Levy (2008), öğretim üyelerinin bilgi sistemine yönelik öz-yeterliliklerinin algılanan fayda üzerinden sistem kabulü üzerindeki önemli etkilerini bulmuşlardır. Bu araştırma kapsamında önerilen araştırma modelinde yer alan kişisel faktörlere ilişkin değişkenlerin

(kolaylaştırıcı koşullar ve teknoloji öz-yeterliliği) ölçülmesinde kullanılan maddeler ise sırasıyla Thompson, Higgins ve Howell (1991) ile Compeau, Higgins ve Huff, (1999) tarafından yapılan araştırmalardan derlenmiştir.

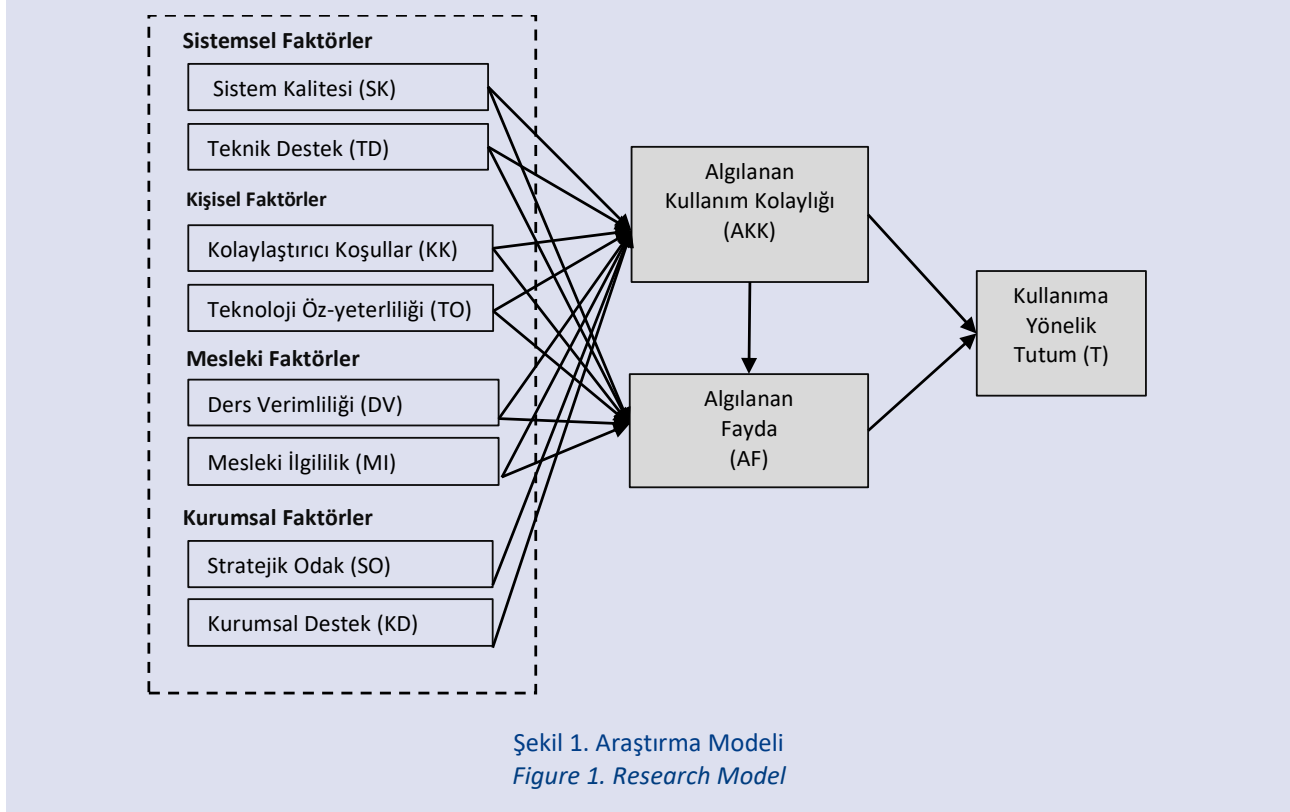
Öğretim üyelerinin sistemi kullanma konusundaki tutum ve davranışlarını etkileyen ve aslında e-egitim sistemlerinin ana kurulum amacına hizmet eden bir diğer dış faktör grubu da "*mesleki faktörler*" dir. Bu faktörlerin temelinde ölçülmek istenen, öğretim üyeleri gözünden kullanılan e-egitim sisteminin eğitim faaliyetlerine katkısının sağlanıp sağlanmadığına yönelik inançlarını belirlemektir. Bu başlık alt düzeyde öğretim üyeleri düzeyinde farklı yaklaşımlarla ölçülmeye çalışılmıştır. Öğretim üyeleri kapsamında; "bireyin kullanılan sistemin kendi mesleğine ne derece uygulanabileceğine ilişkin algısı" olarak tanımlanan *mesleki ilgililik (MI)* (Venkatesh ve Davis, 2000) ve yürütülen derslerde öğrenci motivasyonunu, planlama ve sınıf içi iletişim üzerinden ölçülecek "*ders verimliliği (DV)*" mesleki faktörler altında değerlendirilmektedir. Hu, Clark ve Ma (2003) MI 'nın bilişsel bir karar olarak kullanıcı AF' si üzerinde doğrudan ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. E-egitim ortamında ders verimliliğini ölçen eğitim bilimleri tabanlı çalışmalar bulunsada teknoloji kabul modeli çerçevesinde herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırma kapsamında önerilen araştırma modelinde yer alan mesleki faktörlere ilişkin değişkenlerin (Mesleki ilgililik ve ders verimliliği) ölçülmesinde kullanılan maddeler ise mesleki yeterlilik için; Venkatesh, Davis (2000) ve ders verimliliği için Compeau vd. (1999) tarafından yapılan araştırmalardan derlenerek hazırlanmıştır.

Modele eklenen son dış faktör grubu ise "*kurumsal faktörler*" başlığı altında ifade edilmektedir. Bu değişkenlerin modele eklenmesinin nedeni; üniversitelerin e-egitim teknolojilerini uygulanma konusundaki yeterliliğinin kurumsal hedeflere ulaşma kapsamında ifade edilen başarı ölçütlerinde yer alan önemli faktörlerden biri haline gelmesidir. Kurumsal faktörler stratejik odaklılık ve kurumsal destek ve alt değişkenleri ile bütünleştirilerek modele eklenmiştir. Üniversitelerde stratejik odaklılığın sağlanması, yani üniversitelerin e-egitim sistemlerini başarılı şekilde yürütebilmek için stratejik hedef ve politikalarında ilgili konuya yer vermesi, sistemin kurum içi uygulanmasında önemli bir sahiplik sağlamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisi sistemlerinin yükseköğretim kurumlarının stratejik odağında yer alması konusu birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve konunun önemi vurgulanmıştır (Cross ve Adam 2007; Valcke, 2004). Titthasiri (2014) e-egitimin kurum içindeki stratejik hedef, politika ve gerekliliklerinin belirlenmesi gerektiğini vurgulamış bunun uygulanabilmesi için stratejik karar alma çerçevesi geliştirmiştir. Bu anlamda sistemi yürütecek ana kitle olan öğretim üyelerinin bu sahipliğe olan bakış açılarının sisteme yönelik kullanım yaklaşımları üzerinde etkili olabileceği öngörülmektedir. Dolayısıyla teknoloji kabul modelleri çerçevesinde kullanıcıların stratejik odaklılığının tutum ve davranış niyeti üzerindeki etkisine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olsa da bu çalışmada bu faktörde modele kurumsal faktörler başlığı

altında yer verilmiştir. Igbaria, Greenhaus ve Parasuraman (1991) ve Sumner ve Hostetler (1999) tarafından yapılan nitel bir çalışmada öğretimde teknolojinin kullanımını etkileyebilecek kurumsal faktörler arasında kurumun sunmuş olduğu destekler yer almıştır. Teknolojinin kullanımına ilişkin teşvik, ödül, terfi vb. motive edici etkenlerin öğretim üyelerinin teknolojiye entegre olmayı kabul etmesinde etkili olan kilit faktörler olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla kurumsal desteklerin e-öğretim sisteminin kullanılmasına yönelik motivasyonu arttırdığı öngörüsüyle, öğretim üyelerinin kurumsal destek mekanizmalarına yönelik algılarının e-öğretim sistemine

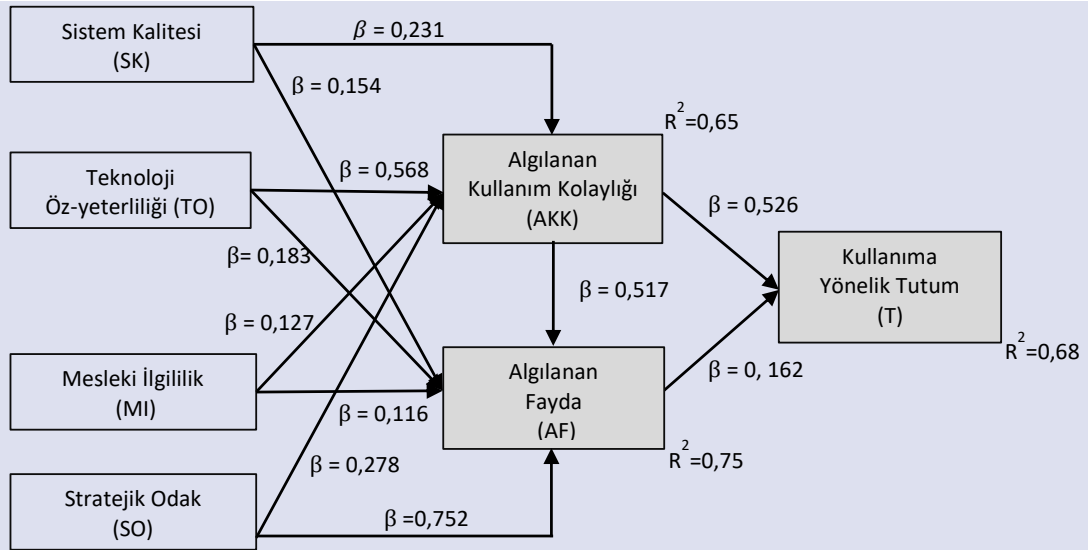
yönelik tutum ve davranışları üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi için modele eklenmiştir. Bu araştırma kapsamında önerilen araştırma modelinde yer alan kurumsal faktörlere ilişkin değişkenlerin (stratejik odaklılık ve kurumsal destekler) ölçülmesinde kullanılan maddeler ise Ashkanani (2017) ve Sumner ve Hostetler (1999) tarafından yapılan araştırmalardan derlenerek hazırlanmıştır.

Yukarıda açıklanan literatürde araştırma modellerinde kullanılan önemli değişkenler ve bu çalışma kapsamında eklenen yeni değişkenler neticesinde belirlenen hipotezler ve kurulan araştırma modeli Şekil-1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli
Figure 1. Research Model

- H1a:** Sistem kalitesi ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H1b: Sistem kalitesi ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H2a: Teknik destek altyapısı ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H2b: Teknik destek altyapısı ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H3a: Kolaylaştırıcı koşullar ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H3b: Kolaylaştırıcı koşullar ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H4a: Teknoloji öz-yeterlilikleri ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H4b: Teknoloji öz-yeterlilikleri ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H5a: Ders verimliliği ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H5b: Ders verimliliği ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H6a: Mesleki ilgililik ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H6b: Mesleki ilgililik ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H7a: Stratejik odaklılık ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H7b: Stratejik odaklılık ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H8a: Kurumsal desteklerin varlığı ile öğretim üyelerinin algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H8b: Kurumsal desteklerin varlığı ile öğretim üyelerinin algıladıkları kullanım kolaylığı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H9: Öğretim üyelerinin sistemden algıladıkları fayda ile sistem kullanımına yönelik tutumları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H10: Öğretim üyelerinin sistemden algılanan kullanım kolaylığı ile algıladıkları fayda arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.
H11: Öğretim üyelerinin sistemden algıladıkları kullanım kolaylığı ile sistem kullanımına yönelik tutumları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modelinin Sonuçları
Figure 2. Results of the Structural Equation Model

Araştırma Yöntemi

Örneklem Seçimi, Veri Toplama Süreci ve Veri Analiz Yöntemleri

Araştırma modelinin testi edilebilmesi için gerekli veri anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırma hedefleriyle tutarlılığı sağlamak için anket tasarımı literatür rehberliğinde oluşturulmuştur. Anket maddeleri ise geçerliliğini kanıtlayan önceki çalışmalardan alınmıştır. Ön anket formu hazırlandıktan sonra anket maddelerinin içerik geçerliliğini sağlamak için 12 uzman ile bir pilot çalışma yapılmış ve alınan geri bildirimlerle birlikte anket formu son haline getirilmiştir. Yürütülen anket çalışması kapsamında katılımcılara toplamda 61 soru sorulmuştur. Bu soruların 10 tanesi genel katılımcı profilini ortaya koymak amacıyla katılımcıların demografik özellikleri, mesleki konum ve tecrübeleri ile e-öğretim platformları kullanım tecrübelerine ilişkin sorulardan oluşmaktadır. 51 tanesi ise araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin sorulardır. Bu sorular 5li-Likert ölçeği tipinde hazırlanmıştır. Modeldeki sistemsel faktörlere ilişkin değişkenler (SK, TD) 10 madde; kişisel faktörlere ilişkin değişkenler (KK, TO) 9 madde; mesleki faktörlere ilişkin değişkenler (DV, MI) 9 madde, kurumsal faktörlere ilişkin değişkenler (SO, KD) 10 madde ve TAM'ın ana değişkenleri ise (AKK, AF, T) 13 madde ile ölçülmüştür.

KTÜ'ye aktif olarak kayıtlı 3299 öğretim üyesi bulunmaktadır (KTÜ, 2020). Hazırlanan anketler, üniversite bünyesinde bulunan 12 fakülte, 8 meslek yüksekokulu ve 1 yüksekokulda görev alan 1161 öğretim üyesinin kurumsal e-mail adreslerine gönderilmiştir. Sonuç olarak, %23,6 katılım oranı ile 274 öğretim üyesi ankete katılım sağlamıştır. Katılımcı dağılımına bakıldığında ise tüm akademik birimlerden analize katılım sağlandığı görülmüştür. Dolayısıyla örneklem temsiliyeti açısından 274 sayısı yeterli görülmektedir. Ayrıca, analiz yeterliliği için değerlendirildiğinde, Altunışık vd. (2004)'de, 30'dan büyük 500'den küçük örneklem büyüklüğünün

birçok araştırma için ideal olduğunu belirtmektedir. Örneklem tespitine ilişkin bir diğer kriter ise araştırma kapsamında kullanılacak olan Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) dikkate alınarak belirlenmiştir. YEM' de ideal bir örneklem büyüklüğünün madde sayısına oranının maksimum 20:1; minimum 10:1 olması beklenmektedir (Kline, 2011: 11-12). Ancak birçok çalışmada yapısal eşitlik için 200'den çok örneklem sayısının araştırma için yeterli olduğu ifade edilmektedir. Shah ve Goldstein (2006'dan aktaran: Kline, 2011: 12)'nin 93 makale üzerinde, Breckler (1990'dan aktaran: Kline, 2011: 12) ise 72 makale üzerinde yaptıkları incelemede bu çalışmaların 200 örneklem hacminde yapıldığı görülmektedir. Yapısal Eşitlik Modeline ilişkin diğer benzer bir görüşe göre de örneklem büyüklüğü, karmaşık olmayan modeller için 100; karmaşık modeller için ise 200'den fazla olacak şekilde genellikle 200-500 arasında olması gerektiği ifade edilmektedir (Karagöz, 2016). Sonuç olarak, örneklem tespitine ilişkin verilen tüm bu kriterler dikkate alındığında örneklem büyüklüğünün değerli sonuçlar alabilmek için yeterli olduğu kararına varılmıştır.

Analiz sürecinde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri, akademik birim dağılımları, KTÜ-UZEM ve UZEM dışındaki e-öğretim platformlarındaki tecrübelerine ve kullanım düzeylerine ilişkin bulgular değerlendirilmiştir. Toplanan demografik veriler ve diğer kişisel veriler analiz edilerek Microsoft Excel programı aracılığıyla grafiksel olarak düzenlenmiştir. Ardından önerilen araştırma modelinin analizine geçmeden önce, ölçüm aracına ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri SPSS ve AMOS yazılımları aracılığıyla yapılmıştır. Son aşama olarak ise örtük değişkenler arasındaki ilişkiyi test edebilmek için yine AMOS programı ile yol analizi yapılmıştır. Yol analizi kapsamında ölçüm modeli test edilerek, model uyum iyiliği açısından incelendikten sonra araştırma hipotezleri test edilmiştir.

Analizler ve Bulgular

Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan öğretim üyelerinin akademik alan dağılımları, unvan dağılımları, yaş – cinsiyet dağılımları ile eğitim tecrübeleri ve e-öğretim platformu kullanım durumları ile ilgili veri dağılımları Şekil-3'te sunulmuştur. Çizelgedeki verilerin daha detaylı olarak incelendiğinde en fazla katılımın fen bilimlerinden sağlandığı (%43) görülmektedir. Ayrıca her unvandan katılım sağlanmış olsa da özellikle profesör (%39) ve doçentlerden (%27) önemli bir katılımı sağlandığı görülmektedir. Yaş dağılımı incelendiğinde ise hem kadınlarda hem erkeklerde yığılma 26-55 (%67) yaş arasında gerçekleşmiştir. Cinsiyet boyutunda ise erkek katılımcıların (%60) daha fazla katılım sağlandığı görülmektedir.

Katılımcıların eğitim tecrübe yılları dikkate alındığında ise eğitim tecrübelerinin yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %72,7'sinin 11 yıldan fazla eğitim tecrübesi bulunmaktadır. Ancak e-öğretim (UZEM) tecrübeleri değerlendirildiğinde ise, zorunlu kullanımdan önce çoğu öğretim üyesinin KTÜ-UZEM dışında da başka bir platform kullanmadıkları (%75,1) ayrıca KTÜ-UZEM sistemini de zorunlu süreçten önce kullanmadıkları (%84,3) görülmektedir.

Anketin ikinci bölümünde katılımcılardan KTÜ – UZEM sisteminin *sistemsel yeterliliği*, zorunlu süreçteki *ders verimliliğini* ve *sınav verimliliğini* puanlamaları istenmiştir. Yapılan puanlamaya göre katılımcıların %61'i sistem kalitesini yeterli düzeyde (60-100 arası) görmektedir. Ders verimliliği konusunda ise memnuniyetsizliğin arttığı, genel değerlendirmenin ortalama puan (40-60 arası) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Sınav verimliliği konusunda ise katılımcıların büyük çoğunluğunun (%70,1) ortalamanın altında (0-40 arası) puan verdikleri görülmektedir.

Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular Güvenilirlik ve Geçerlilik Testleri

Araştırma ölçeğinin geçerliliğini test etmek amacıyla ilk adım olarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu araştırma kapsamında da yer alan 44 değişken açıklayıcı faktör analizine (AFA) tabi tutularak ölçeğin yapı geçerliliği değerlendirilmiştir. Ancak ölçeğin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için öncelikle örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser Mayer Olkin (KMO) ölçütüne, verilerin birbiriyle ilişkili olup olmadığı ise Bartlett küresellik testi sonuçlarına göre değerlendirilmiştir. Yapılan ilk test sonucunda KMO katsayısı 0,793 (orta düzey) olarak hesaplanmış; Bartlett Küresellik test sonucunun ise anlamlı olduğu görülmüştür. Yapılan ön değerlendirmeler ardından sonucunda verilerin faktör analizine uygun olduğuna karar verilmiştir. AFA analizi sonucu alınan değerler Çizelge 1'de gösterilmektedir.

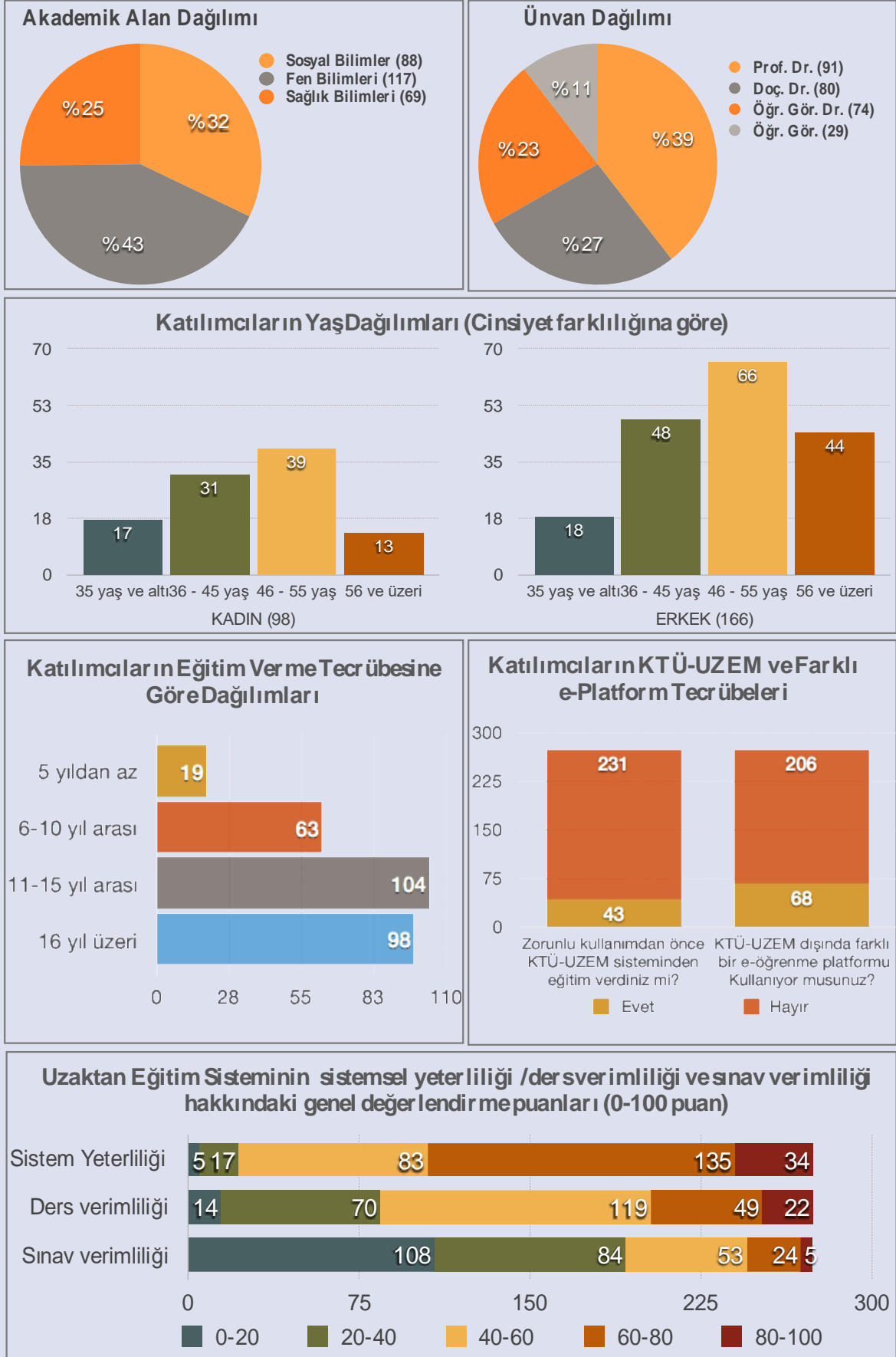
Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör desenlerini ortaya koymak yani değişkenlerin ilişkili olduğu faktörleri belirlemek ve böylece faktörlerin daha iyi yorumlanmasını sağlamak amacıyla faktörleştirme yöntemi olarak temel bileşenler analizi; döndürme yöntemi olarak da

orthogonal (dik) döndürme yöntemlerinden varimax yöntemi seçilmiştir. Sosyal bilimlerde analiz sonucunda faktör yükü değerlerinin kabul düzeyinin de en az 0,50, tercihen ise 0,70'den büyük olması (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2010), çok faktörlü tasarımlarda toplam açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012) yeterli görülürken; özdeğer (eigenvalues) istatistiği 1'den büyük olan faktörler de anlamlı kabul edilmektedir (Kalaycı, 2016). Yapılan analiz sonucunda öz değerleri 1'in üzerinde olan toplam varyansın %67,53'ünü açıklayan 29 maddenin 7 faktör altında toplandığı görülmüştür. Faktör yükleri 0,50'nin altında olan 12 madde analizden çıkarılmıştır. Dolayısıyla H2a/b, H3a/b, H5a/b ve H8a/b hipotezleri iptal edilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yapılarından hareketle; hem elde edilen ölçümler üzerindeki yorumlar ve analizler için önemli bir temel olması hem de ölçeğin geçerliliğinin sağlanmasının temel koşullarından biri olması nedeniyle öncelikle güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik için içsel tutarlılık analizi yapılmış; içsel tutarlılığın varlığını ölçmek için ise Cronbach's Alfa katsayısı dikkate alınmıştır (Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroglu ve Yıldırım, 2004; Kalaycı, 2016). Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalar kapsamında Cronbach's Alfa değerinin en az 0,70 ve üstü olmasının beklenmektedir (Altunışık vd., 2005; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2013). Bu anlamda ölçüm aracının genel Cronbach's Alfa değeri 0,872 olarak hesaplanmıştır. Bu değer kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, ölçeğin madde-toplam korelasyon değerleri ve maddenin silinmesi halinde güvenilirlik değerinin nasıl bir değişiklik göstereceği de incelenmiştir. Sonuçlara göre 29 maddenin tümünün istenilen madde-toplam korelasyon değerinin üstünde olduğu görülmüştür. Ayrıca maddelerin tümü kullanıldığında elde edilen Cronbach's Alfa değerleri ile maddelerin ayrı ayrı silindiğinde ulaşılan Cronbach's Alfa değerlerinde anlamlı değişim meydana gelmemiştir.

Çizelge 1'de de ayrıntılı olarak sunulan AFA sonuçlarına göre, faktörlerin uyumlu bir şekilde modeli desteklediği gözlemlenmiştir. İstenilen sonuçların alınması neticesinde önerilen araştırma modelinin doğruluğunu yani; faktörlerin modeli açıklamakta yeterli olup olmadığını test etmek amacıyla ölçüm modeline AMOS programı kullanılarak DFA yapılmıştır.

Analizde teorik olarak öne sürülen modelin test edilmesi amacıyla model ile veri arasındaki uyum/uyumsuzluğu değerlendirmek için öncelikli olarak en temel YEM uyum ölçütü olarak ki-kare (Chi-Square-Goodness of Fit, χ^2) değeri dikkate alınmaktadır (Hair vd., 2013). χ^2 değerinin daha küçük değerler alması modelin uyumluluğunu arttırmaktadır (Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar ve Sanisoğlu, 2013). Ayrıca χ^2 istatistiği örneklem hacmine karşı duyarlı olduğu için $N \geq 200$ olduğu durumlarda ki-kare değerinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşabilmektedir (Bayram, 2010).



Şekil 3. Tamamlayıcı İstatistikler ve Dağılımları
Figure 3. Supplementary Statistics and Distributions

Testte aynı zamanda serbestlik derecesi (degree of freedom- df) de önemlidir. Aslında χ^2 /df derecesi genel modelin uyumu için kullanılan en temel değer olarak kabul edilmektedir (Meydan ve Şeşen, 2015). İkinci adım olarak; analiz sonucu elde edilen diğer “uyum indeksi (Model Fit Statistics)” değerleri incelenmektedir (Özdamar, 2016). Hangi uyum indekslerinin değerlendirileceğine dair literatürde kesinlik olmasa da yaygın olarak incelenen indeksler: GFI, AGFI, NFI, CFI, RMSEA, SRMR indeksleridir. Araştırmanın ölçüm modeline ait uyum iyiliği değerleri Çizelge 2’de verilmektedir.

Uyum iyilik değerleri incelendiğinde, ilk gözlenen model uyum indeks değerlerinin kabul edilebilir uyum

değerlerine yaklaşık değerler olduğu görülmüştür. Ancak modelin daha iyi uyum düzeyini yakalayabilmesi için ilk olarak “standardize regresyon ağırlıkları çizelgesindeki değerler değerlendirilmiştir. Bu değerler incelendiğinde herhangi bir maddenin modelden çıkarılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir. Ancak YEM’ de uyum indekslerine ilaveten modelin daha iyi uyum düzeyini yakalayabilmesi için önerilen modifikasyon/iyileştirme indeksleri- (modification indices-MI) değerlerine bakılmıştır. MI değerlerine göre kovaryanslara yönelik bazı MI değerlerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu değerlerin yüksek çıkması maddeler arasında bağ olduğu anlamına gelmektedir.

Çizelge 1. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Table 1. Results of Explanatory Factor Analysis

Ölçek	İfade Kodları	Faktör Yükleri	Cronbach's Alfa	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)
Sistem Kalitesi (SK)	SK1	0,785	0,761	4,471	15,42
	SK2	0,889			
	SK3	0,706			
	SK4	0,896			
	SK5	0,898			
	SK6	0,897			
Teknoloji Özyeterliliği (TO)	TO1	0,718	0,873	4,118	14,20
	TO2	0,662			
	TO3	0,819			
	TO4	0,823			
Stratejik Odaklılık (SO)	SO1	0,683	0,842	3,305	11,40
	SO2	0,777			
	SO3	0,783			
	SO4	0,702			
Mesleki İlgililik (MI)	MI1	0,802	0,815	2,501	8,62
	MI2	0,710			
	MI3	0,851			
	MI4	0,630			
Algılanan Kullanım Kolaylığı	AKK1	0,708	0,896	2,221	7,66
	AKK2	0,791			
	AKK3	0,819			
	AKK4	0,722			
Algılanan Fayda (AF)	AF1	0,731	0,871	1,783	6,15
	AF2	0,757			
	AF3	0,734			
	AF4	0,765			
Tutum (T)	T1	0,853	0,865	1,185	4,09
	T2	0,810			
	T3	0,829			

Toplam Açıklanan Varyans : %67,53 Kaiser–Mayer–Olkin (KMO) : 0,855, Algılanan Kullanım Kolaylığı: (AKK)

Çizelge 2. Ölçeklere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndeksleri

Table 2. Confirmatory Factor Analysis Goodness of Fit Indices for the Scales

Uyum Kriterleri	İyi Uyum Değer Aralıkları	Kabul Edilebilir Uyum	Gözlenen ilk Değer	Modifikasyon Sonrası Değerler
χ^2 /df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	2,893	1,944
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$	0,074	0,045
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,994	0,951
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,938	0,972
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI \leq 0,90$	0,985	0,911
GFI	$0,95 \leq RMSEA \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,921	0,936

GFI (İyilik Uyum İndeksi), AGFI (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi), NFI (Normaştırılmış Uyum İndeksi), CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), RMSEA (yaklaşık hataların ort. karekökü), SRMR (Stand.hata kareleri ort. karekökü)

Bu durumda MI değeri yüksek çıkan değişkenlerin hata terimleri arasında (aynı örtük değişken altında olması şartıyla) kovaryans ataması yapılarak Ki-Kare değerinin düşmesi ve dolayısıyla modelin daha uygun (fit) hale gelmesi sağlanmıştır. Modifikasyon sonrası tekrarlanan doğrulayıcı faktör analizi sonucu ölçüm modelinin verilere daha iyi uyum sağladığı tespit edilmiştir. İlgili değerler yine Çizelge 2’de gösterilmektedir.

DFA’da örtük değişkenler ve gözlenen değişkenler arasında kurulan bağlantılar standardize edilmiş regresyon katsayılarını vermektedir. Bu katsayılar her bir faktöre ait faktör yüklerini ifade etmektedir. Modifikasyon sonrası tekrar yürütülen DFA sonuçlarına göre; modeldeki değişkenlere ilişkin standart tahmin değerleri, standart olmayan tahmin değerleri, standart hata değerleri, t değerleri ve R² değerleri Çizelge 4’te göstermektedir.

Analiz sonucu elde edilen değerler dikkate alındığında faktör yüklerinin en düşük 0,701 değerine sahip olduğu ve alt sınır değeri olarak kabul edilen 0,50’nin üstünde olduğu görülmektedir. Ayrıca, Çizelge 4’teki tüm C.R. (critical ratio- t value) değerleri de sınır değeri olan 1,96’dan yüksek olduğu dolayısıyla faktör yüklerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu

sonucuna varılmaktadır. Diğer yandan, yapısal eşitlik modellerinin yer aldığı araştırmalarda yapı güvenilirliğinin ve geçerliliğinin sağlanması gerekmektedir (Hair vd., 2013). Yapı güvenilirliğinin sağlanabilmesi için CR değerlerinin 0,60’ın üzerinde (kabul edilebilir değer) olması (Bagozzi ve Yi, 1988); tercihen ise 0,70’in üzerinde (önerilen) olması gerekmektedir (Hair vd., 2013). Çizelge 3’te gösterilen değerler yapı geçerliliğinin tespitinde ise yakınsak ve ayırtedici geçerlilik incelenmektedir. Yakınsaklık geçerliliğinin sağlanması için değişkenlere ait AVE değerlerinin 0,50’nin üzerinde olması (Hair vd., 2013); ayrıca ölçüğe ilişkin tüm CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Ayırtedici geçerliliğinin sağlanabilmesi için ise her bir değişken için hesaplanan AVE değerlerinin kareköklerinin, diğer değişkenlerle olan korelasyon değerinden (sütundaki değerlerden) büyük olması (değişkenler arasındaki korelasyonların karelerinin, AVE değerlerinden düşük olması) gerekmektedir. (Hair vd., 2013). Yakınsak ve ayırtedici geçerliliğe ilişkin elde edilen analiz sonuçları ise Çizelge 5’te gösterilmektedir. Bu değerler referans değerlerle kıyaslandığında yakınsak ve ayırtedici geçerliliğin sağlandığı; tüm değişkenler için ise yapı güvenilirliği ve yapı geçerliliğinin sağlandığı görülmüştür.

Çizelge 3. Modifikasyon Sonrası Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları
Table 3. Results of Confirmatory Factor Analysis After Modification

Faktör	Değişken	Standart Tahmin Değerlerini	Std Olmayan Tahmin Değerlerini	Standart Hata	t-değeri (C.R.)	R ²
Sistem Kailtesi (SK)	SK1	0,832	0,861	0,035	24,647	0,41
	SK2	0,692	0,708	0,041	17,315	0,47
	SK3	0,706	0,916	0,027	33,957	0,63
	SK4	0,896	0,860	0,046	18,738	0,52
	SK5	0,934	1,036	0,032	32,396	0,59
	SK6	0,897	1,000*	-	-	0,44
Teknoloji Özyterliliği (TO)	TO1	0,866	1,000	-	-	0,52
	TO2	0,894	0,953	0,027	35,296	0,46
	TO3	0,886	0,919	0,03	30,633	0,52
	TO4	0,906	1,028	0,035	29,371	0,63
Stratejik Odak (SO)	MI1	0,826	1,000*	-	-	0,45
	MI2	0,889	0,991	0,061	16,246	0,51
	MI3	0,917	0,985	0,056	17,589	0,39
	MI4	0,806	0,842	0,044	19,221	0,36
Mesleki İlgililik (MI)	SO1	0,829	1,000*	-	-	0,51
	SO2	0,877	0,986	0,047	20,979	0,58
	SO3	0,826	0,948	0,035	27,086	0,46
	SO4	0,757	0,843	0,048	17,583	0,41
Algılanan Kullanım Kolaylığı (AKK)	AKK1	0,883	1,000*	-	-	0,53
	AKK2	0,860	0,996	0,049	20,327	0,31
	AKK3	0,846	1,064	0,039	27,282	0,51
	AKK4	0,768	0,927	0,053	17,491	0,23
Algılanan Fayda (AF)	AF1	0,821	1,000*	-	-	0,26
	AF2	0,794	0,883	0,048	18,396	0,57
	AF3	0,771	0,835	0,055	15,182	0,43
	AF4	0,888	1,001	0,037	27,054	0,38
Tutum (T)	T1	0,912	0,996	0,062	16,065	0,52
	T2	0,916	0,981	0,057	17,211	0,55
	T3	0,701	1,000*	-	-	0,47

*Regresyon katsayısı 1’e sabitlemiş referans değişkendir. Her bir örtük değişkenden bir gözlenen değişken, referans değişken olarak sabit tutulmaktadır (Kline, 2011).

Çizelge 4. Yapı Güvenilirliği, Yakınsak Geçerlilik ve Ayırtedici Geçerliliğe İlişkin Değerler

Table 4. Values for Construct Reliability, Convergent Validity, and Differential Validity

Variable	CR	AVE	SK	TO	SO	MI	AKK	AF	T
SK	0,930	0,692	0,832						
TO	0,937	0,788	0,085	0,888					
SO	0,919	0,741	0,165	0,365	0,861				
MI	0,894	0,678	0,204	0,185	0,183	0,823			
AKK	0,906	0,706	0,211	0,175	0,099	0,416	0,840		
AF	0,891	0,672	0,199	0,147	0,179	0,149	0,206	0,820	
T	0,884	0,721	0,071	0,075	0,171	0,139	0,175	0,321	0,849

AVE: Average Variance Extracted (Ortalama Açıklanan Varyans), CR : Composite Reliability (Birleşik (yapısal) Güvenilirlik)

Çizelge 5. Yapısal Modelin Hipotez Testi Sonuçları

Table 5. Hypothesis Test Results of the Structural Model

H	Değişkenler arası ilişkiler		Standardize β	t-değeri	p-değeri	Karar
H1a	Sistem kalitesi	→ Algılanan fayda	0,154	4,587	0,031	Desteklendi*
H1b	Sistem kalitesi	→ Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,231	6,369	0,025	Desteklendi*
H4a	Tek. Öz. Yeterliliği	→ Algılanan fayda	0,183	4,865	0,005	Desteklendi*
H4b	Tek. Öz. Yeterliliği	→ Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,568	9,825	0,022	Desteklendi*
H6a	Mesleki İlgililik	→ Algılanan fayda	0,116	3,624	0,021	Desteklendi*
H6b	Mesleki İlgililik	→ Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,127	3,979	0,042	Desteklendi*
H7a	Stratejik Odak	→ Algılanan fayda	0,752	16,487	0,001	Desteklendi**
H7b	Stratejik Odak	→ Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,278	6,805	0,005	Desteklendi*
H9	Algılanan Fayda	→ Kullanıma Yönelik Tutum	0,162	3,588	0,000	Desteklendi**
H10	Alg. Kul. Kolaylığı	→ Algılanan Fayda	0,517	11,773	0,000	Desteklendi**
H11	Alg. Kul. Kolaylığı	→ Kullanıma Yönelik Tutum	0,526	11,635	0,000	Desteklendi**

(*: P< 0,05 ; **: P<= 0,001)

Ölçüm modelinin güvenilirlik ve geçerliliğine yönelik tatmin edici sonuçlar elde edildikten sonra yapısal model kapsamında öngörülen araştırma hipotezlerinin analiz edilerek değerlendirilmesi aşamasına geçilmiştir.

Yapısal Eşitlik Modellemesi Yol Analizi ve Hipotezlere İlişkin Sonuçlar

Yol analizi testlerinde de değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırılmasından önce söz konusu değişkenlerin meydana getirdiği ölçme modellerinin test edilmesi gerekmektedir (Şimşek, 2007). Bir başka deyişle, sınanmaya çalışılan modelin mevcut veri seti ile ne derece uyum gösterdiği uyum indeksleri aracılığıyla ortaya konulması gerekir. Bu amaçla yol analizi modelinin eldeki veri setine uyumunu ortaya koymak adına yine GFI, AGFI, CFI, TLI ve RMSEA uyum indekslerinden (Çizelge 2) yararlanılmıştır. Tüm uyum iyiliği indeksleri kabul sınırları içerisinde (χ²=358,323; df=211; p=0,000; χ²/df=1,698, TLI=0,997; IFI=0,981; CFI=0,977; RFI=0,947; GFI=0,932; AGFI= 0,910; NFI=0,956). Ayrıca RMR (0,055) ve RMSEA (0,041) değerleri olması gerektiği gibi 0,08'in altındadır. Sonuç olarak bulgular yapısal modelin kabul edilebilirliğini desteklemektedir. Yapısal modele ilişkin hipotez testi sonuçları ise Çizelge 5'te sunulmuştur. *Sistem kalitesi* (β=0,144, P=0,031), *mesleki ilgililik* (β=0,136, P=0,021), *teknoloji öz yeterliliği* (β=0,183, P=0,005) ve *stratejik odaklılık* (β=0,752, P=0,001), yapılarının kullanıcıların sistemden *algıladıkları fayda* üzerinde istatistiki olarak pozitif ve anlamlı etkileri bulunmuştur. Dolayısıyla H1a, H4a, H6a, H7a hipotezleri kabul edilmiştir. Diğer yandan *sistem kalitesi* (β=0,231, P=0,025), *teknoloji öz-yeterliliği* (β=0,568, P=0,022), *mesleki ilgililik* (β=0,127,

p=0,042) ve *stratejik odaklılık* (β=0,278, P=0,005), yapılarının tümünün *algılanan kullanım kolaylığı* üzerinde de istatistiki olarak pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur. Dolayısıyla H1b, H4b, H6b, H7b hipotezleri de desteklenmiştir. Ayrıca, *algılanan kullanım kolaylığının* (β=0,517, P=0,000) *algılanan fayda* ve *kullanıma yönelik tutum* (β=0,526, P=0,000) üzerinde pozitif olarak anlamlı etkisi bulunduğu görülmüştür. *Algılanan faydanın* (β=0,162, P=0,000) da *kullanıma yönelik tutum* üzerinde pozitif anlamlı etkisi görülmüştür. Dolayısıyla, H9, H10 ve H11 hipotezleri de desteklenmiştir.

Bulguların araştırma modeli üzerinde daha net bir şekilde anlaşılabilmesi için değişkenler arasındaki β katsayıları ile R² değerlerinin yer aldığı manuel çizimle gerçekleştirilen model çıktısı da Şekil 2'de gösterilmektedir.

R² (Coefficient of Determination- Belirleme katsayısı) verilerine göre, algılanan faydadaki toplam değişimin %75' lik kısmı sistem kalitesi, mesleki ilgililik ve stratejik odak tarafından açıklanmaktadır. Algılanan kullanım kolaylığının %65'lik kısmı sistem kalitesi, teknoloji, öz yeterliliği, mesleki ilgililik ve stratejik odak; kullanıma yönelik tutumun %68'lik kısmı ise algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı tarafından açıklanmaktadır.

Sonuç

Teknolojinin de gelişimiyle, herhangi bir bilgiyi öğrenmek veya becerilerini geliştirmek isteyen herkes için, e-egitim platformları giderek daha popüler hale gelmiştir.

Ülkemiz de dahil, birçok ülkede hızla yaygınlaşan e-egitim platformlarına karşı olan farkındalık küresel boyutta yaşanan COVID-19 pandemisi nedeniyle yürütülen zorunlu e-egitim sürecinde daha çok artmıştır. Hem farkındalığın ve kullanımının artması hem de gelecekte benzer tehditlerin ortaya çıkma olasılığı, her ülkenin e-egitim sistemlerini geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Bu anlamda bu sistemlerin başarılı şekilde uygulanması için gerekli teknolojik altyapının sağlanmasının yanı sıra, e-egitim platformlarını aktif olarak kullanan bireylerin davranışlarını etkileyen tetikleyici faktörlerin belirlenmesi, sistemlerin modellenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemlidir. Özellikle sistemde, öğrenen gruplardan (öğrenciler ya da diğer katılımcılar) ziyade sistemi çok boyutlu kullanma gerekliliği olan eğitmenlerin dikkate alınması gereklidir. Dolayısıyla bu araştırmanın genel amacı; üniversitelerdeki e-egitim sürecinin yürütülmesinden birinci derecede sorumlu olan ve sistemi aktif olarak kullanan öğretim üyelerinin e-egitim sistemine yönelik bakış açıları nelerdir? Kullanıma yönelik tutumları hangi faktörler tarafından tetiklenmektedir? sorularına cevap bulmaktır. Bu anlamda bu araştırma ile Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde 274 katılımcı öğretim üyesi ile araştırma sorularına cevap aranmıştır. Araştırmanın teorik çerçevesi sosyal psikolojik temelli bir model olan TKM üzerine inşa edilmiştir. Araştırmaya konu olan e-egitim teknolojileri ve hedef kitle nedeniyle, araştırmanın daha detaylı yürütülebilmesi ve tutumu etkileyebilecek farklı faktörlerin de değerlendirilebilmesi için temel modele dış faktörler eklenmiştir. Bu anlamda 4 ana başlık (sistemsel, kişisel, mesleki, kurumsal) altında sistem kalitesi, teknik destek, kolaylaştırıcı koşullar bilgisayar öz-yeterliliği, mesleki ilgililik, ders verimliliği ve stratejik odaklılık, kurumsal destek faktörleri modeli oluşturmuştur. Ancak yapılan analizler sonucunda, önerilen modeldeki bazı değişkenler modelden çıkarılmış model sistem kalitesi, bilgisayar öz-yeterliliği, mesleki ilgililik stratejik odaklılık ve TKM' nin ana değişkenleriyle birlikte yeniden yapılandırılmıştır.

Modelin değerlendirilmesine yönelik yapılan analizler kapsamında araştırma modelinin geçerliliğini ve yapılar arasındaki ilişkiyi test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Bu ampirik çalışmanın bulguları genel olarak, TKM yapıları arasında var olan önemli ilişkileri doğrulamaktadır. Dolayısıyla bu bulgular çeşitli ülkelerde aynı alan ve TKM ile yürütülen çalışmaları desteklemektedir (Al-Alak ve Alnawas, 2011; Lee, Hsieh ve Hsu, 2011; Lee, Yoon ve Lee, 2019; Liaw, 2008; Ong ve Lai, 2006; Roca ve Gagne, 2008; Sanchez-Franco vd., 2009; Tung ve Chang, 2008). Ayrıca, algılanan kullanım kolaylığının, algılanan kullanışlılığın önemli bir öncülü olduğu yine literatürdeki diğer araştırma bulgularını (İmamoğlu, 2007; Ong, Lai ve Wang., 2004) desteklemektedir. Dış faktörler olan sistem kalitesi, teknolojik öz-yeterlik, mesleki ilgililik ve stratejik odaklılığın da öğretim üyelerinin algılanan kullanım kolaylığını ve algılanan faydayı etkilediği görülmektedir. Bu bulgularda yine literatürde e-egitim üzerine yürütülen teknoloji adaptasyon araştırmalarında alınan sonuçları

desteklemektedir (Angela vd., 2018; Çakır ve Solak, 2014; Lee vd., 2011; Mohammadi, 2015; Ramirez-Anormaliza vd., 2015; Titthasari, 2014; Salloum vd., 2019). Analiz sonucunda, modelin revize edilmiş halinin e-egitim teknolojilerine yönelik kullanıma yönelik tutumun %68'lik kısmını açıkladığı görülmektedir. TKM' nin orijinal modelindeki açıklayıcılık oranının %40 olduğu (Venkatesh ve Davis, 2000) düşünüldüğünde, yeni modelin yeterli ve iyi açıklayıcılık düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ilgili değişkenlerle kurulan modelin e-egitim teknolojileri temelinde yapılacak olan gelecek çalışmalar için de uygun bir araştırma modeli olabileceği söylenebilir.

Bu çalışmanın ana amacı politika önerilerinde bulunmak olmasa da e-egitim hizmetleri için bazı yönetsel çıkarımlar çizilebilir. Algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan yararlılığın tutumun en güçlü belirleyicileri olmaları nedeniyle uygulayıcılar tarafından kullanışlı ve kullanımı kolay bir ara yüze sahip e-egitim sisteminin kullanıcılara sunulması tavsiye edilmektedir. Bu anlamda sistem kalitesinin de algılanan faydayı ve kullanışlılığı etkileyeceği göz önüne alındığında, sistemin içerik kalitesinin tanımlanması/geliştirilmesi, sisteme erişilebilirliğin kolaylaştırılması ve sistem güvenliğinin sağlanması, e-egitim sistemlerinin kullanımını desteklenmesi açısından gerekli görülmektedir. Dolayısıyla uygulayıcı kurumların ilgili sistemlerinin seçiminde ve kurulumunda görevli olacak tedarikçi işletmeler veya yazılımcılarla yapılacak olan sözleşme maddelerinde bu konulara da dikkatle önem vermesi tavsiye edilmektedir. Ayrıca kullanıcıların bu başlıklara yönelik yapılan çalışmalar hakkında bilgilendirilmesi, sisteme yönelik pozitif tutumu da önemli ölçüde destekleyecektir. Diğer yandan teknoloji öz-yeterliliğinin sisteme yönelik tutum üzerindeki pozitif etkisi düşünüldüğünde, sistem kullanımına yönelik teknolojik öz-yeterliliğinin belirli eğitim ve seminerlerle sürekli olarak desteklenmesi önemlidir. Özellikle, üniversitelerin öğretim üyelerinin yaş farklılıkları dikkate alındığında, teknoloji yeterliliğinde zorlanan öğretim üyeleri için teknik destek mekanizmalarının geliştirilmesi önerilmektedir. Teknoloji öz-yeterliliği olan daha genç kullanıcıların ise belirli zamanlarda destekleyici eğitimlere tabi tutulmasının, sisteme yönelik pozitif tutumu önemli ölçüde destekleyeceği düşünülmektedir.

Ayrıca, e-egitim sistemlerinin kurumsal boyutunun da model kapsamında önemli tetikleyici bir faktör olduğu ortaya konulmuştur. Bu anlamda uygulayıcı kuruluşların e-egitime yönelik strateji ve hedeflerini mevcut eğitim sistemi ve stratejileri içinde de konumlandırması, bu mecburi süreç dışında da e-egitim sistemlerinin üniversitenin gelecek dönemlerinde kullanılacağına dair kararlılığını ortaya koyabilmesi açısından önemlidir. Sistemin kurum içindeki geleceğine yönelik gösterilen bu ısrarlı yaklaşım öğretim üyelerinin stratejik odaklılığını arttıracak ve böylece sisteme yönelik tutumlarını da pozitif yönde tetikleyecektir. Ayrıca, kurumsal olarak üstlenilen bu yaklaşımın, öğretim üyelerinin e-egitim ile mesleki ilgililik arasındaki ilişkiye yönelik farkındalığını arttıracaklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla, öğretim

üyelerinin artan farkındalıkla e-egitim sistemlerini mesleki ilgililik yaklaşımlarıyla ele alması da sistemlerin kullanımını pozitif yönde destekleyecektir.

Sonuç olarak, özellikle, çoğunluğu gelişmiş ülkelerde geliştirilen e-egitim teknolojilerinin ve sistemlerinin kendi eğitim sistemlerine göre geliştirildiği düşünüldüğünde bu ve benzer çalışmaların ülkemizin kendine has ve kendi eğitim yapısına uygun olarak geliştireceği sistemler için önemli detaylar sunması beklenmektedir. Yürütülen bu araştırma da konu ile ilgili önemli bazı kritik noktaları göstermektedir. Ancak çalışmanın bazı kısıtlarının farklı araştırmalarla ortadan kaldırılması daha doğru ve genelleştirilebilir sonuçların alınmasını sağlayacaktır. Öncelikle, bu araştırma sadece KTÜ'de görev alan öğretim üyelerinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların eğitim geçmişinde ve sisteme yönelik deneyimlerinde ortak özelliklere sahip olma eğilimi mevcuttur. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçlarının ülkesel olarak genelleştirilebilir olması için araştırmanın daha büyük bir katılım ile ve farklı üniversitelerde tekrarlanması tavsiye edilmektedir. Bu araştırmada önerilen modele koyulan bazı önemli değişkenler örneklem büyüklüğünün yetersizliği nedeniyle modelde desteklenmemiş ve buna bağlı hipotezler de iptal edilmiştir. Dolayısıyla örneklem büyüklüğünün artırılması daha çok değişkenin doğru şekilde değerlendirilmesini sağlayacaktır. Ayrıca, araştırma modelini tasarlarken kişisel verilere ilişkin değişkenlerin (cinsiyet, yaş ve kullanım deneyimi) model üzerine etkisi dikkate alınmamıştır. Yine öğretim üyelerinin görevli oldukları üniversitelerin yapısal farklılıkları (özel-kamu), ana bilim dallarının farklılığı veya verilen derslerin farklı içeriklerinin de e-egitim sistemine yönelik tutumu etkileyebilecek faktörler arasında olabileceği öngörülmektedir. Dolayısıyla tüm bu demografik ve alan değişkenlerinin de dahil edileceği daha detaylı bir araştırmanın ulusal sistemlerin geliştirilmesi için önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Extended Summary

With the development of technology in recent years, e-learning platforms have become more and more popular for anyone who wants to learn any knowledge or improve their skills. Especially, during the global COVID-19 pandemic, the awareness of people towards e-learning platforms has much more increased due to the compulsory e-trainings carried out by E-learning systems. Moreover, e-learning has proved itself as a necessary tool to sustain essential life-long learning and developing modern information society.

The Covid-19 pandemic which originated in China in early December 2019 rapidly widespread in almost the world and caused an urgent transformation in the education sector as in many social and economic sectors. Similar to other educational institutions which had to take a break from face-to-face education activities, all universities switched to the distance education model with the e-learning systems. This mandatory process also

revealed the need for research and development studies required to successfully execute e-learning systems. In this sense, in addition to establishing the necessary technological infrastructure, it is important to understand the academicians' approaches and examine their attitudes towards the system, for the successful implementation of e-learning systems and the delivery of educational services with the expected quality and content. Therefore, the general purpose of this research is to offer solutions for the long-term/permanent application of e-learning services by evaluating the attitudes of the academicians conducting their courses through e-education systems in universities, from a holistic perspective (individual, systemic, occupational, and institutional).

The theoretical framework for this research model is constructed on the Technology Acceptance Model (TAM) based on social psychology which was developed by Davis et al. (1989). Due to the "e-learning technology" and "its target group" which are the main points of the research, external factors have been added to the basic model. We aimed to carry out the research in detail and to evaluate the different factors that may affect the attitude. In this sense, system quality, technical support, facilitating conditions, computer self-efficacy, professional relevance, course efficiency and strategic orientation, institutional support factors were added under 4 main groups (systemic, personal, occupational, institutional). However, as a result of the first step analysis, some variables in the proposed model were removed from the model and the model was reconstructed with the variables of system quality, computer self-efficacy, occupational relevance, strategic orientation, and main constructs of TAM.

The research was conducted with academicians at Karadeniz Technical University having many years of experience with its Distance Learning and Application Center. The surveys were sent to the institutional e-mail addresses of 1161 academicians who take charge in 12 faculties, 8 vocational schools of higher education, and 1 higher school within the scope of KTU. As a result, 274 academicians participated in the survey with a participation rate of 23.6%. The highest participation among the scientific fields (43%) was from the natural and applied sciences. Moreover, although there was significant participation by all academic titles, the participation rate of professors (39%) and associate professors (27%) was the highest. According to age and gender distribution; the concentration of participation in both men and women was between the ages of 26-55 (67%) and the participation rate is higher for males (60%) than females (40%). Considering the educational experience years of the participants, it is seen that 72.7% of academicians have more than 11 years of educational experience. However, when e-learning (UZEM) experiences were evaluated, it is seen that %84,3 of them did not use the KTU-UZEM system before the compulsory period. Moreover, 75.1% of them have not used any e-learning platform other than KTU-UZEM. In the second part of the survey, the participants were asked to score

the systemic adequacy, course efficiency and exam efficiency during the compulsory period. According to the scores, 61% of the participants see the system quality at a sufficient level (between 60-100). On the other hand, it is seen that the dissatisfaction with the course efficiency is at a significant level: 43 % of the participant scored the efficiency between 40-60. When evaluating the exam efficiency, it is seen that the majority of the participants (70.1%) scored the efficiency below the average (between 0-40).

Before analysing the obtained data, the prerequisites were examined for the measurement method to understand whether it shows a reasonable level of validity and reliability. In this regard, The SPSS packaged software was used for the Explanatory Factor Analysis (EFA) and the AMOS program was used for the Confirmatory Factor Analysis (CFA). The assumption of multivariate normality and linearity of the data was obtained when Bartlett's test of sphericity was performed to test the conformity of the data obtained from the first questionnaire application with EFA. To determine whether the sample was sufficient for EFA, the Kaiser-Meyer-Olkin coefficient was calculated as 0.793, and it was found to be sufficient. According to the KMO Bartlett's test of sphericity result, even if the sample size is sufficient to perform EFA. In the EFA process, the principal components analysis method was used as the factorization method to determine the minimum number of factors that best reflected the relationship between variables, and the Varimax rotation method was used as the rotation technique. As a result of the analysis, it was seen that 29 items, which explained 67.53% of the total variance with eigenvalues above 1, were gathered under 7 factors. 12 items with factor loadings below 0.50 were excluded from the analysis. Therefore, the hypotheses H2a/b, H3a/b, H5a/b, and H8a/b were cancelled.

With the results of the explanatory factor analysis, reliability analysis was carried out firstly, for ensuring its validity. Internal consistency analysis was performed for reliability, and Cronbach's Alpha coefficient was taken into account to measure the presence of internal consistency. In this sense, the overall Cronbach's Alpha value of the measurement tool was calculated as 0.872. This value shows that the scale used is reliable. On the other hand, it was observed that all 29 items were above the desired item-total correlation value. According to the EFA results, it was observed that the factors supported the model in a compatible way. Then, confirmatory factor analysis (CFA) was applied to examine the factor structure of the 29-item scale using the AMOS program in order to test the accuracy of the proposed research model. In order to test the proposed model proposed, model fit was assessed by a number of indices. First, the ratio of χ^2 to its degree of freedom (χ^2 /df) was used. Then, different indices (RMSEA, CFI, NFI, AGFI, RMSEA) were reported for model fit. However, in addition to the fit indices in SEM, the recommended modification indices values were examined so that the model could achieve a better fit level. By assigning covariance between the error terms of

the variables with high MI value (provided that they are under the same latent variable), the Chi-Square value is reduced and thus the model becomes more fit. As a result of the the modification, it was determined that the measurement model better fitted the data. Overall, the modified model adequately reproduced the data [$\chi^2 /df = 1.944$; CFI= .951; RMSEA= .045; NFI= .972; AGFI= .911; GFI= .936]. In conclusion, the findings support the acceptability of the structural model.

According to the repeated CFA results, it is seen that factor loadings value are over 0.701 and above the desired threshold of 0.50. Also, all C.R. (critical ratio-t value) values are higher than above the desired threshold of 1.96. Therefore, it is concluded that the factor loadings are statistically significant. On the other hand, construct reliability and validity were examined through CFA. The Cronbach's α and composite reliability (CR) values for each construct ranged from 0.892 to 0.937, which were above the suggested threshold of 0.7 and exhibited a satisfactory level of reliability. For construct validity, both convergent validity and discriminant validity were examined. Convergent validity was confirmed by examining both the average variance extracted (AVE) and indicator loadings. All AVE values were higher than the recommended level of 0.5 (Hair et al., 2010). The standard loadings of all items were above the desired threshold of 0.5 and significant at 0.001. This indicated good convergent validity. Discriminant validity was assessed using two approaches. First, discriminant validity was assessed by comparing the square root of AVE for each construct with the correlations between that construct and other constructs. The square roots of the AVEs with bold front (diagonal elements) were larger than the inter-construct correlations depicted in the off-diagonal entries, suggesting adequate discriminant validity.

With the final goal to examine the proposed hypotheses, the relationships that the theoretical constructs for the structural model have with each other were assessed via a structural equation model. System quality, professional relevance, technology self-efficacy and strategic orientation were found to have statistically positive and significant effects on users' perceived benefits from the system. On the other hand, all constructs of system quality, technology self-efficacy, professional relevance and strategic orientation had a statistically positive and significant effect on perceived ease of use. In addition, it was observed that perceived ease of use had a positive and significant effect on perceived usefulness and attitude towards use. A positive and significant effect of perceived usefulness on attitude towards use was also observed. Therefore, all relevant hypotheses were accepted. The model had good predictive power, that's, the percentage of the variance within perceived usefulness, perceived ease of use, and e-learning attitude are nearly 65%, 75%, and 68% respectively.

As a result, this research is expected to be a reference for other studies to be conducted on e-learning services and has evaluable results in increasing e-learning efficiency in universities. Moreover, considering that most of the e-learning technologies are developed by

developed countries according to their own education systems, it is expected that this study will also provide important details for developing Turkey's own e-learning technologies in the future in accordance with its education structures.

Kaynaklar

1. Abdullah, F., Ward, R. Ahmed, E. (2016). Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' perceived ease of use (peou) and perceived usefulness (pu) of e-portfolios. *Computer Human Behaviour*, 63: 75–90.
2. Al-Alak, B.A., Alnawas, I.A.M. (2011). Measuring the acceptance and adoption of e-learning by academic staff. *Knowledge Management and E-Learning: An International Journal*, 3(2): 201- 221.
3. Al-Busaidi, K.A., Al-Shihi, H. (2010). *Instructors' acceptance of learning management systems: a theoretical framework*. IBIMA Publishing, 2-10.
4. Alharbi, S., Drew, S. (2014). Using the technology acceptance model in understanding academics' behavioural intention to use learning management systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 5(1): 143–155.
5. Altunısık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. Yıldırım, E. (2004). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. SPSS Uygulamalı (3. Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
6. Angela, W., Sylvia, C., Handoko, H. Abdurachman, E. (2018). E-learning acceptance analysis using technology acceptance model (TAM) (case study: Stmik mikroskil). *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 96(19): 6292–6305.
7. Ashkanani, A.G.M., (2017). An investigation of the application of the technology acceptance model (TAM) to evaluate instructors' perspectives on e-learning at Kuwait University (Doktora Tezi, Dublin City University, Kuwait). Erişim Adresi <https://www.semanticscholar.org/paper/An-investigation-of-the-application-of-the-Model-to-Alia/a854f999d970d07a796a4de83cb444f06b31b960>
8. Bagozzi, R.P., Yi, Y. (1988). "On the Evaluation of Structural Equation Models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1): 74–94.
9. Ball, D.M., Levy, Y. (2008). Emerging educational technology: assessing the factors that influence instructors' acceptance in information systems and other classrooms. *Journal of Information System Education*, 19: 431-444.
10. Bandura, A., Wood, R. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5): 805-14.
11. Bayram, N. (2010). Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS uygulamaları (1. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.
12. Ching-Ter, T., Hajiyev, J., Su, C.R. (2017). Examining the students' behavioral intention to use e-learning in Azerbaijan? The general extended technology acceptance model for e-learning approach. *Computers and Education*, 111: 128–143.
13. Compeau, D.R., Higgins, C.A. (1995). Computer self-efficacy: development of a measure and initial test, *Management Information Systems Quarterly*, 19(2): 189-211.
14. Compeau, D., Higgins, C. Huff, S., (1999). Social cognitive theory and individual reactions to computing technology: A longitudinal study. *MIS Quarterly*, 23(2): 145-158.
15. Cross, J. (2004). An informal history of e-learning. *On the Horizon*, 12(3):103-110.
16. Cross, M., Adam F. (2007). ICT policies and strategies in higher education in South Africa: national and institutional pathways, *Higher Education Policy*, 20(1):73-95.
17. Çakır, R., Solak, E. (2014). Exploring the factors influencing e-learning of Turkish EFL learners through TAM. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 13(3): 68-76.
18. Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2016), *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve Lisrel uygulamaları* (2. Baskı), Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
19. Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3): 319-339.
20. Dillon, A., Morris, M.G. (1996). User acceptance of information technology: theories and models, *Annual Review of Information Science and Technology*, 31: 3-32.
21. El-Tartoussi, I. (2009). Networked readiness in the United Arab Emirates. 2009 2nd Annual Forum on e-Learning Excellence in the Middle East, Dubai, UAE.
22. Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., Sanisoğlu, S.Y. (2013). Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Uyum İndeksleri. *Türkiye Klinikleri, Journal of Medical Sciences*, 33(1): 210-223.
23. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective* (7th ed). Hoboken, NJ, USA: Pearson Education Inc.
24. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. Anderson, R. E. (2013). *Multivariate data analysis: pearson new international edition*. (7th ed). Hoboken, NJ, USA: Pearson Education Inc.
25. Hu, P.J., Clark, T.H.K. Ma, W.W. (2003). Examining technology acceptance by school teachers: a longitudinal study, *Information and Management*, 41:227–241.
26. Hussein, H. (2011). Attitudes of Saudi Universities faculty members towards using e-learning management system (JUSUR), *The Turkish Online Journal of Education Technology*, 10(2): 1-11.
27. Igarria, M., Greenhaus, J., Parasuraman, S. (1991). Career orientations of MIS Employees: An Empirical Analysis. *Management Information Systems Quarterly*, 15(2): 151-169.
28. Imamoglu, S. Z. (2007). An empirical analysis concerning the user acceptance of e-learning, *Journal of American Academy of Business*, 11(1): 132–137.
29. Islam A.K.M.N., Azad N., Mantymaki M. Islam S.M.S. (2014). TAM and e-learning adoption: a philosophical scrutiny of TAM, its limitations, and prescriptions for e-learning adoption research, *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, (445): 164–175.
30. İşman, A. (2011). Uzaktan Eğitim, *Pegem Akademi Yayınları*, 4. Baskı içinde Pegem Akademi, Ankara, 111: 36-37.
31. Kalaycı, Ş. (2016). SPSS uygulamalı çok değişkenli listatistik Teknikleri (7. Baskı). Ankara: Asil Yayıncılık.
32. Karagöz, Y. (2016). SPSS 23 ve AMOS 23 uygulamalı listatistiksel analizler (1.Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
33. Khan, B.H. (2005). *Managing e-learning: design, delivery, implementation and evaluation*, Hershey, PA: Information Science Publishing.
34. Kim, B., Park, M.J. (2017). Effect of personal factors to use ICTs on e-learning adoption: comparison between learner and instructor in developing countries. *Journal of Information Technology for Development*, 24(4): 706-732.

35. Kline, Rex B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling (3. Baskı). New York: The Guilford Press.
36. Lee, B.C. Yoon J.O., Lee, I. (2009). Learners' acceptance of e-learning in South Korea: theories and results. Computers and Education, 53: 1320-1329.
37. Lee, Y., Hsieh, Y. Hsu. (2011). Adding innovation diffusion theory to technology acceptance model: supporting employees' intentions to use e-learning systems. Educational Technology and Society, 14(4): 124-137.
38. Lei, S.A., Gupta, R.K. (2010). College distance education courses: evaluating benefits and costs from institutional, faculty and students' perspectives. Education, 130(4): 616-631.
39. Li, H., Masters, J. (2009). ELearning and knowledge management in the early years: Where are we and where should we go. knowledge management and e-learning: An International Journal, 1(4): 245-250.
40. Liaw, S.S. (2008). Investigating students' perceived satisfaction, behavioral intention, and effectiveness of e-learning: a case study of the blackboard system. Computers and Education, 51(2): 864-873.
41. Lin, H.F. (2007). Measuring online learning systems success: applying the updated DeLone and McLean model. Cyberpsychology and behavior, 10(6): 817-820.
42. Liu, S. Liao, H., Peng, C. (2005). Applying the technology acceptance model and flow theory to online e-learning users' acceptance behavior. Issues in Information Systems, 6(2): 175-181.
43. Meydan, C.H., Şeşen, H. (2015). Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları., Ankara: Seçkin Yayınevi
44. Mohammadi, H. (2015). Investigating users' perspectives on e-learning: An integration of TAM and IS success model, Computer Human Behaviour. 45: 359-374.
45. Nagi, K. Vate-U-Lan, P. (2009). Using emergent technologies for facilitating engaged learning in a virtual learning environment. International Journal of the Computer, the Internet and Management, 17(1): 61-66.
46. Ngai E.W.T., Poon, J.K.L. Chan, Y.H.C. (2007). Empirical examination of the adoption of WebCT using TAM, Computers and Education, 48(2): 250-267.
47. Ong, C.S. Lai, J.Y., Wang, Y.S. (2004). Factors affecting engineers' acceptance of asynchronous e-learning systems in high-tech companies. Information and Management, 41(6): 795-804.
48. Ong, C.H. Lai, J.Y. (2006). Gender differences in perceptions and relationships among dominants of e-learning acceptance. Computers in Human Behavior 22(5): 816-829.
49. Özdamar, K. (2016). Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme, yapısal eşitlik modellemesi (1. Baskı). Eskişehir: Nisan Kitabevi.
50. Park, S.Y. (2009). An analysis of the technology acceptance model in understanding university students' behavioral intention to use e-learning. Journal of Educational Technology and Society, 12(3): 150-162.
51. Pituch, K.A., Lee, Y.K. (2006). The influence of system characteristics on E-learning use. Computers Education, 47: 222-244.
52. Ramirez-Anormaliza, R., Sabate, F., Guevara-Viejo, F. (2015). Evaluating student acceptance level of e-learning systems, 2015 8th International Conference of Education, Research and Innovation: SevillaVolume: ICERI Proceedings.
53. Robertson, J. (1996). Promoting IT competencies with student primary teachers. Journal of Computer Assisted Learning, 12(1): 2-9.
54. Roca, J. C., Gagné, M. (2008). Understanding e-learning continuance intention in the workplace. A self-determination theory perspective. Computers in Human Behavior, 24(4): 1585-1604.
55. Saade, R. G. (2003). Web-based education information system for enhanced learning, EISL: student assessment. Journal of Information Technology Education, 2: 267-277.
56. Salloum, S.A., Alhamad, A.Q., Al-Emran, M., Monem A.A., Shaalan, K. (2019). Exploring students' acceptance of e-learning through the development of a comprehensive technology acceptance model, IEEE Access, 7: 128445-128462.
57. Salloum, S.A., Shaalan, K. (2018). Investigating students' acceptance of e-learning system in higher educational environments in the UAE: applying the extended technology acceptance model (TAM) (Thesis for: MSc Informatics), UAE.
58. Sanchez-Franco, M.J., Martínez-Lopez, F.J., Martín-Velicia, F.A. (2009). Exploring the impact of individualism and uncertainty avoidance in web-based electronic learning: an empirical analysis in european higher education. Computers and Education, 52(3): 588-598.
59. Sheng, Z., Zhao, J., Tan., W. (2008). Extending TAM for online learning systems: an intrinsic motivation perspective. Tsinghua Science and Technology, 13(3): 312-317.
60. Sumner, M., Hostetler, D. (1999). Factors influencing the adoption of technology in teaching, The Journal of Computer Information Systems, 40(1): 81-87.
61. Şimşek, Ö.F. (2007). Yapısal eşitlik modellemesine giriş temel ilkeler ve Lisrel uygulamaları. Ankara: Ekinoks Yayıncılık.
62. Tarhini, A., Hone, K., Liu, X. (2014). The effects of individual differences on e- Learning users' behaviour in developing countries: a structural equation model. Computers in Human Behaviours, 41:153-163.
63. Tarhini, A., Hone, K., Liu, X., Tarhini, T. (2017). Examining the moderating effect of individual-level cultural values on users' acceptance of e-learning in developing countries: a structural equation modeling of an extended technology acceptance model. Interactive Learning Environments, 25(3): 306-328, 2017.
64. Thompson, R.L., Higgins, C.A., Howell, J.M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. MIS Quarterly, 15(1): 124-143.
65. Titthasiri, W. (2014). A Strategic decision-making framework for e-learning system: based on strategic planning process and ISO 9126 model. International Journal of Engineering Sciences and Research Technology, 3(7): 588-597.
66. Tung, F.C., Chang, S.C. (2008). An empirical investigation of students' behavioral intentions to use the online learning course websites. British Journal of Educational Technology, 39(1): 71-83.
67. Valcke, M. (2004). ICT in higher education: An uncomfortable zone for institutes and their policies. Proceedings of the 21. ASCILITE Conference, 20-35.
68. Venkatesh, V., Davis, Fred D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. Management Science, 46(2): 186-204.

69. Wang, Y.S., Wang, H.Y., Shee, D.Y. (2007). Measuring e-learning systems success in an organizational context: scale development and validation. *Computers in Human Behavior*, 23(4): 1792-1808.
70. Webster, J., Hackley, P. (1997). Teaching effectiveness in technology-mediated distance learning. *Academy of Management Journal*, 40(6): 1282-1309.
71. Weil, M.M., Rosen, L.D. (1995). The psychological impact of technology from a global perspective: a study of technological sophistication and technophobia in university students from twenty-three countries. *Computers in Human Behavior*, 11(1): 95-133.
72. Yaşlıoğlu, M.M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46: 74-85.
73. YÖK, (2020a, 18 Mart). Basın Açıklaması. Erişim adresi <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/universitelerde-uygulanacak-uzaktan-egitime-iliskin-aciklama.aspx>
74. YÖK, (2020b, 13 Mart). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu. 1 Erişim adresi: https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/coronavirus_bilgilendirme_1.aspx
75. YÖK, (2020c, 4 Haziran). YÖK'ten Küresel Salgın ile Mücadele Sürecinde Yeni Düzenlemeler-II. Erişim adresi <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/kuresel-salgın-surecinde-yapisal-duzenlemeler-2.aspx>
76. Yuen, A.H.K., Ma, W.W.K. (2008). Exploring teacher acceptance of e-Learning technology. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 36(3):229-243.



Tax Inspection Authority of Municipalities: Should It Be? A Suggestion

Bilge Hakan Agun^{1,a,*}, Fatih Çavdar^{1,b}

¹Department of Public Finance, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Trakya University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 07/01/2022

Accepted: 25/01/2022

ABSTRACT

The ability of municipalities to fulfill their functions, in other words, to meet the local needs effectively and efficiently, depends on having the financial resources to make the expenditure required by the services. In this sense, taxes are the primary source of municipalities' financing. Taxpayers play an active role in the principle of statement method, which is applied to most of the taxes that municipalities have the authority to collect. The success of this method, which is based on the idea that taxpayers will know the best about their own information, depends on the fact that the information in the declarations given by the taxpayers is accurate. Since municipalities do not have the authority to check or inspect the accuracy of taxpayers' declarations, they may face tax revenue losses. The aim of this study is to offer suggestions to prevent the losses in tax revenues, which are among the revenue sources of the municipalities. In this context, firstly tax audit and more specifically tax inspection, secondly taxes and transactions collected within the scope of municipal revenues in Turkey and the development of these revenues within the municipal budgets, and finally the authority of the municipalities in tax inspection have been covered. Additionally various suggestions have been brought regarding the verification of the accuracy of the taxpayers' declarations by the municipalities.

Keywords: Municipality, Municipality revenues, Tax audit, Tax inspection

Belediyelerde Vergi İnceleme Yetkisi: Olmalı mı? Bir Öneri

Süreç

Geliş: 07/01/2022

Kabul: 25/01/2022

Öz

Belediyelerin görevlerini yerine getirebilmeleri, diğer bir deyişle, yerel nitelikli ihtiyaçların etkin ve verimli bir şekilde sunulabilmesi hizmetlerin gerektirdiği harcamayı yapabilecek finansal kaynaklara sahip olmalarına bağlıdır. Bu anlamda, belediyelerin finansman kaynaklarının başında vergiler gelmektedir. Belediyelerin tahsil yetkisine sahip olduğu vergilerin büyük bir kısmında uygulanmakta olan beyan esaslı yönteminde mükellefler aktif bir rol oynamaktadır. Mükelleflerin kendilerine ait bilgileri en iyi kendileri bileceği düşüncesine dayanan bu yöntemin başarısı, mükellefler tarafından verilen beyannamelerdeki bilgilerin gerçeğe uygun olmasına bağlıdır. Çünkü belediyelerin mükelleflerin beyannamelerinin doğruluğunu kontrol etme, diğer bir ifadeyle, inceleme yetkileri bulunmadığından, vergi hasılatı kayıplarıyla karşılaşmaktadırlar. Bu çalışmanın amacı, belediyelerin gelir kaynakları içerisinde yer alan vergi gelirlerindeki kayıpların önlenmesine yönelik öneriler getirmektir. Bu bağlamda, ilk olarak vergi denetimine, özelinde vergi incelemesine, ikinci olarak, Türkiye'de belediye gelirleri kapsamında tahsil edilen vergiler ile harçlara, bu gelirlerin belediye bütçeleri içerisindeki gelişimine ve son olarak da belediyelerin vergi incelemesine yer verilmiş; mükelleflerin beyanlarının belediyeler tarafından doğruluğunun kontrol edilebilmesine ilişkin çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Belediye, Belediye gelirleri, Vergi denetimi, Vergi incelemesi

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

^a bhakanagun@trakya.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0003-1270-7698> | fatihcavdar@trakya.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0003-4915-4599>

How to Cite: Agun B.H., Çavdar F. (2022) Tax Inspection Authority of Municipalities: Should It Be? A Suggestion, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 566-574

Giriş

Belediyeler merkezi yönetimden ayrı tüzel kişiliğe sahip olduğundan kendi bütçelerini hazırlama ve uygulama yetkileri de bulunmaktadır. Belediyelerin kendilerine bırakılmış yerel nitelikteki ihtiyaçları sunmak ve bu ihtiyaçlar için gerekli olan giderleri karşılamak için de kendilerine özgü gelirlere sahip olmaları gerekmektedir. Belediyelerin kendilerine özgü gelire sahip olmalarının en temel nedeni ise, sundukları hizmetlerin yerel ölçekte dışsallık yaymalarıdır. İşte bu nedenle, dışsallık yayan yerel hizmetlerin en önemli finansman aracı ise vergilerdir.

Belediyelerde uygulanan vergilerin büyük kısmında ise, beyan esaslı geçerlidir. Beyan esasında mükellefler vergiye tabi gelirlerini kendileri beyan etmektedirler. Vergi mükelleflerinin bazıları vergisel yükümlülüklerini tam olarak ve zamanında yerine getirirken, bazıları ise bu yükümlülükleri bir yük olarak algılamaktadırlar. Bu sebeple, vergi mükellefleri çeşitli nedenlerle elde ettikleri gelirlerin tamamını veya bir kısmını beyan etmekten kaçınma eğilimi içindedirler. İşte bu noktada, vergi denetimi müessesesine ihtiyaç duyulmaktadır. Vergi denetimi; yoklama, vergi incelemesi, arama ve bilgi toplama gibi yöntemler kullanılarak yerine getirilmektedir.

Türkiye'deki belediyelerin beyana dayalı tahsil ettikleri vergileri inceleme yetkileri olmaması, vergi mükelleflerinin beyanlarının doğruluğunu kontrol edememelerine, buna bağlı olarak da vergi hasılatı kayıplarına neden olmaktadır.

Bu makalede, ilk olarak denetim ile vergi incelemesi kavramları ele alınacaktır. İkinci bölümde, belediye gelirleri özelinde belediyelerin tahsil yetkisine sahip oldukları beyana dayalı vergiler ile beyana dayalı olmayan vergiler ve harçlar kısaca açıklanarak, belediye gelirlerinin gelişimine değinilecektir. Son bölümde ise, belediyelerin vergi inceleme yetkisi irdelenerek çözüm önerilerine yer verilecektir.

Denetim

Denetim sözcüğü ilk anda güvensizlik, baskı, otorite gibi kavramları çağrıştırdığı için itici bulunabilecek olmasına karşın, gündelik yaşamın pek çok alanında değişik anlamlar yüklenerek sıkça kullanılan bir kavram, dahası, adı konulmamış bile olsa bireysel ve toplumsal ilişkiler içerisinde çok farklı şekillerde yaşam alanı bulabilen bir algudur (HUD, 2011: 5). Denetim en basit anlamıyla elde edilen bilgilerin değerlendirildiği bir kontrol mekanizmasıdır.

Denetim Latince "işitmek" ya da "dikkatlice dinlemek" kökünden gelmektedir (Tekin ve Çelikkaya, 2018: 25). Türk Dil Kurumu (TDK)'nın Güncel Türkçe Sözlüğüne göre denetleme, *bir görevin yolunda yürütülüp yürütülmediğini anlamak için yapılan araştırma, denetim, bakı, teftiş, murakabe, kontrol* olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Denetimin çeşitli yönlerini ortaya koyan çok sayıda tanımı yapılmıştır. Buna göre;

Genel olarak denetim, bir konu ile ilgili olarak ileriye sürülen görüşler hakkında belirli kriterler göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılması işlemidir (Understanding a Financial Statement Audit, 2013: 2).

Amerikan Muhasebeciler Birliği tarafından yapılan tanıma göre; denetim, ekonomik faaliyetlere ve durumlara yönelik olarak ortaya atılan iddialarla ilgili kanıtların elde edilmesi ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesine yönelik sistematik bir süreçtir. Diğer bir ifadeyle, denetlenenler arasında ilişki kurularak kanıtların, ileri sürülen iddialar ve belirli kriterler arasındaki uygunluk derecesine göre değerlendirilmesidir (Hayes ve ark., 1999: 2)

Vergi Denetimi

Vergi denetimi mükelleflerin vergi ödevlerini tam olarak yerine getirip getirmediklerini tespit etmek amacıyla devlet tarafından düzenli olarak yapılan faaliyetleri ifade etmektedir. Denetimin etkin ve kolaylıkla yapılabilmesi ise, denetimden beklenen amaçlara ulaşmayı sağlamaktadır (Çavdar, 2016: 12).

Günümüzde, devletin üstlendiği yükümlülüklerini yerine getirebilmesi, gerekli kaynakların temin edilmesine ve söz konusu kaynakların verimli şekilde kullanılmasına bağlıdır. Bu kaynakların en önemlisi ve etkileri itibarıyla en yaygın olanı ise vergilerdir (Meriç, 2002: 19). Devletin vergi kaynaklarından en yüksek faydayı sağlayabilmesi için de etkin bir vergi denetim sistemi gereklidir.

Vergi denetimi, mükelleflerin vergi kanunlarından doğan yükümlülüklerini doğru ve düzgün bir şekilde yerine getirip getirmediklerinin vergi idaresi tarafından denetlenmesidir (Başpınar, 2009: 66).

Vergi denetimi, ödenmesi gereken vergi borcunun zamanında ve eksiksiz olarak ödettirilmesini sağlamak amacıyla gelir idaresinin ve mükelleflerin vergi kanunlarından doğan yükümlülüklerini yerine getirip getirmediklerinin araştırılmasıdır (Sarılı, 2003a: 62).

Diğer bir tanımla vergi denetimi, belirli aşamalardan geçirilerek hesaplanan vergi borcunun zamanında ve eksiksiz olarak ödettirilmesini sağlamak amacıyla verginin karşılıklı tarafları olan gelir idaresi ile mükelleflerin vergi kanunlarından doğan sorumluluklarını yerine getirip getirmediklerinin araştırılmasıdır (Sarılı, 2003b: 103).

Yukarıda belirtilen vergi denetimi tanımlarından hareketle vergi denetiminin özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Dalak, 1999: 75-76; Aydın, 2006: 3-4):

- Vergi denetimi hukuki bir denetimdir,
- Vergi denetimi devamlılık arz eder,
- Vergi denetimi bir hesap denetimidir,
- Vergi denetimi kamusal nitelikli bir denetimdir,
- Vergi denetimi önleyici ve caydırıcıdır,
- Vergi denetimi bir süreçtir,
- Vergi denetimi, elde edilen bilgilerin önceden belirlenmiş ve genel kabul görmüş ölçütlere göre değerlendirilmesidir,
- Vergi denetimi, uygunluk ve uyum derecesi belirler.

Ülkemiz vergi sisteminde kaynakta kesilenler dışında vergilerde beyan esaslı geçerlidir. Diğer bir ifadeyle, mükelleflerin beyanname ile vergilerini bildirmesi şeklinde

ifade edebileceği beyan esasında, mükellef beyanlarının doğruluğunun denetlenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Çok yönlü bir kavram olarak karşımıza çıkan vergi incelemesi, vergi denetim yöntemlerinden biri olmasına rağmen çoğu zaman vergi denetimi ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Çavdar, 2021: 33).

Vergi İncelemesi

Vergi incelemesini, beyan edilen vergilerin defter, belge, kayıt veya hesaplara uygunluğunun kontrol edilmesi ve araştırılması sonucunda ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunun tespit edilmesi ve sağlanması olarak tanımlayabiliriz (Şeker, 1993). Ödenmesi gereken vergilerin doğruluğu için her türlü araştırma yapılabilecektir. Bunun tespiti ve doğruluğunu sağlamak içinde; eğitici, önleyici ve yaptırım uygulanmasına yönelik her türlü yasal yetki kullanılabilir (Akdoğan, 2011: 102).

VUK'un 134. maddesinde vergi incelemesinde amacın ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunun araştırılması, tespit edilmesi ve sağlanması şeklinde olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, söz konusu maddeye göre incelemeye yetkili olanlar tarafından lüzum görülmesi halinde inceleme, işletmeye dahil iktisadi kıymetlerin fiili envanterinin yapılmasına ve beyannamelerde gösterilmesi gereken unsurların incelenmesini de kapsamaktadır.

Vergi incelemesinin kanunlarda belirtilen kişiler dışında kalanlar tarafından yapılması, tarhiyat işlemi yetki açısından kusurlu kılmaktadır. VUK'un 135. Maddesinde (10.07.2011 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere 646 Sayılı KHK'nın 4. maddesiyle VUK'un 135. maddesinde değişiklik yapılmıştır) vergi müfettişleri, vergi müfettiş yardımcıları, ilin en büyük mal memuru, vergi dairesi müdürleri ile GİB'in merkez ve taşra teşkilatında müdür kadrolarında görev yapanlar vergi incelemesine yetkili kişiler olarak sayılmıştır.

Ayrıca, VUK'un 135. maddesinde sayılan vergi incelemesine yetkili olanlar dışında "takdir komisyonlarının", "bankalar yeminli murakıplarının" ve "vergi yargı organlarının" inceleme yetkileri bulunmaktadır. Ancak bu yetki sınırlı bir yetkidir ve ancak kanunların belirlediği alanlarda kullanılmalıdır (Tekin ve Çelikkaya, 2018: 193).

Vergi incelemesinin hukuki dayanağının ne olacağı, VUK'un 1., 2. ve 137. maddelerinde ifade edilmektedir. Buna göre, gümrük idareleri tarafından alınan vergi ve resimler dışında, genel bütçeye giren vergi, resim ve harçlar ile *il özel idarelerine ve belediyelere ait vergi, resim ve harçlar vergi incelemesi kapsamındadır*. Bununla birlikte söz konusu vergi, resim ve harçlara bağlı olan vergi, resim ve zamlar da vergi incelemesine tabidir.

VUK'un 137. maddesinde ise kimlerin incelemeye tabi olacağı hüküm altına alınmıştır. Madde hükmüne göre, *"Bu kanuna veya diğer kanunlara göre defter ve hesap tutmak, evrak ve vesikaları muhafaza ve ibraz etmek mecburiyetinde olan gerçek ve tüzel kişiler vergi incelemelerine tabidirler"* denilerek, incelemeye tabi olanlar ikili bir ayrıma tabi tutulmuştur. Buna göre, defter ve hesap tutmak zorunda olan gerçek ve tüzel kişiler ile evrak ve vesikaları muhafaza ve ibraz etmek

mecburiyetinde olan gerçek ve tüzel kişilerin vergi incelemesine tabi olacağını söyleyebiliriz.

Vergi incelemesinin yapılacağı yer konusundaki temel kural VUK'un 139. maddesinde yer almaktadır. Kanun hükmünde, vergi incelemelerinin incelemeye tabi olanın iş yerinde yapılacağı ifade edilmektedir. Ayrıca, eğer mükellef veya vergi sorumlusunun istemesi halinde vergi incelemesi, vergi dairesinde yapılabilmektedir.

İncelemeye başlama zamanı ile ilgili olarak da VUK'un 140/2. maddesinde *"vergi incelemesine başlanıldığı hususunu bir tutanağa bağlayarak bir örneğini nezdinde vergi incelemesi yapılan verirler. Ayrıca, tutanağın bir örneğini bağlı olduğu birime, diğer örneğini de ilgili vergi dairesine gönderirler"* ifadesine yer verilerek, vergi incelemesinin "incelemeye başlama tutanağının" düzenlenmesiyle başladığı belirtilmiştir.

Vergi incelemesinin sona ermesiyle ilgili olarak VUK'un 140/6. maddesinde *"İncelemeye başlanıldığı tarihten itibaren, tam inceleme yapılması halinde en fazla bir yıl, sınırlı inceleme yapılması halinde en fazla altı ay, katma değer vergisi iade incelemelerinde ise en fazla üç ay içinde incelemeleri bitirmeleri esastır. Bu süreler içinde incelemenin bitirilememesi halinde ek süre talep edilebilir. Bu talep vergi incelemesine yetkili olanların bağlı olduğu birim tarafından değerlendirilir, tam ve sınırlı incelemelerde altı ay, katma değer vergisi iade incelemelerinde ise iki ayı geçmemek üzere ek süre verilebilir. Bu durumda, vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların bağlı olduğu birim tarafından incelemenin bitirilememesi nedenleri yazılı olarak nezdinde inceleme yapılan bildirilir. Vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların bağlı olduğu birimler vergi incelemesinin öngörülen süreler içinde bitirilmesi için gerekli tedbirleri alırlar."* denilerek, incelemenin kanunda belirtilen süreler içinde yapılması gerektiği ve vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların bağlı olduğu birimler tarafından bu konuda gerekli tedbirlerin alınması gerektiği belirtilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda herhangi bir fark bulunmaz ise durum incelemeyi yapan tarafından düzenlenecek "kabul raporu" ile nezdinde inceleme yapılan bildirilir (Vergi İncelemelerinde Uygulacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliği, RG. Tarih: 31.10.2011, RG. No: 28101). Buna karşılık, ancak inceleme sırasında beyan edilmemiş bir matrah unsuru ya da matrah farkı bulunması halinde "inceleme raporu" hazırlanarak, mükellef hakkında duruma göre ikmalen ya da re'sen tarhiyat yapılmaktadır (Tekin ve Çelikkaya, 2018: 204)

Vergi incelemesi, özellikle beyana dayanan vergilerin doğruluğunun kontrol edilmesi açısından oldukça önemlidir. Belediyelerin en önemli gelir kaynakları arasında tahsil etme yetkisi verilen vergiler yer almaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak, aşağıda belediyelerce tahsil edilen vergiler ve harçlar açıklanacak, devamında belediyelerin vergi inceleme yetkisine değinilecektir.

Belediye Gelirleri

Belediyelerin gelir kaynakları öz gelirler, transfer gelirleri ve borçlanmadan meydana gelmektedir. Öz gelirler, birincil ve ikincil nitelikli öz gelir olarak ikiye ayrılmakta; birincil nitelikli öz gelirler vergi, harç ve katılma

paylarından, diğer bir deyişle süreklilik arz eden gelirlerden meydana gelirken ikincil nitelikli gelirler ise teşebbüs ve mülk gelirleri, bağış ve yardımlar, faizler, paylar, cezalar ve sermaye gelirlerinden meydana gelmektedir. Bu gelirlerin yanında merkezi yönetim bütçesine dâhil idarelerden alınan bağış ve yardımlar, diğer kamu idarelerden alınan bağış ve yardımlar, proje yardımları ve genel bütçe vergi ve harç gelirlerinden alınan paylar ise belediyelerin transfer gelirlerini oluşturmaktadır. Öz gelirler ile transfer gelirlerinin toplamının mali dengeyi sağlayamaması durumunda ise belediyeler borçlanmaya başvurulabilmektedir (Gündüz, 2008; 41-55).

Belediyelerin öz gelirleri içerisindeki en önemli kaynak vergi gelirleri olmakla birlikte (Yakar ve Gündüz, 2014; 118), bütçeleri içerisindeki payı oldukça azdır. Bu bağlamda, çeşitli kanunlarla belediyelere bazı vergileri tahsil etme yetkisi tanınmış olup, belediyeler, tarh ve tahakkuk yöntemlerinden “beyana dayanan vergi tarhı” ile “idarece vergi tarhı” olmak üzere iki yönetime göre vergi tahsilatı gerçekleştirmektedirler (Arıkboğa, 2015; 11).

Belediyelerin Gelir Kaynakları

Türkiye’de belediyelerin gelir kaynakları; 5393 Sayılı Belediye Kanunu (BK), 2464 Sayılı Belediye Gelirleri Kanunu (BGK), 1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu (EVK) ve 5779 Sayılı İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun’da sıralanmıştır. Bu bağlamda, aşağıda ilk olarak BGK’da yer alan vergi ve harçlara ilişkin ardından ise EVK’ya ilişkin düzenlemelere yer verilecektir.

BGK’da belediyelerce tahsil edilen vergiler; “İlan ve Reklam Vergisi”, Eğlence Vergisi”, “Haberleşme Vergisi”, “Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisi”, “Yangın Sigortası Vergisi” ve “Çevre Temizlik Vergisi”dir. Söz konusu vergilerden İlan ve Reklam Vergisi ile Çevre Temizlik Vergisi dolaylı vergiler, Eğlence Vergisi, Haberleşme Vergisi, Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisi ile Yangın Sigortası Vergisi dolaysız vergiler grubunda yer almaktadır.

Harçlar ise, “İşgal Harcı”, “Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcı”, “Kaynak Suları Harcı”, “Tellallık Harcı”, “Hayvan Kesimi, Muayene ve Denetleme Harcı”, “Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı”, “Bina İnşaat Harcı” ve “Çeşitli Harçlar: Kayıt ve Suret Harcı, Altyapı Kazı İzni Harcı, İmar ile İlgili Harçlar, İşyeri Açma İzni Harcı, Muayene, Ruhsat ve Rapor Harcı ile Sağlık Belgesi Harcı” şeklinde sıralanmıştır.

Belediyelerin beyana dayanan vergi tarhı yöntemi kullanarak tahsilatlarını gerçekleştirdikleri vergiler ve beyana tabi olmayan vergiler ile harçlarla ilgili düzenlemelere kısaca aşağıda yer verilecektir.

Belediyeler Tarafından Tahsil Edilen Beyana Dayı Vergiler

İlan ve Reklam Vergisi (BGK, 1981, Md. 12-16); belediye sınırları ile mücavir alanları içinde yapılan her türlü ilan ve reklam, İlan ve Reklam Vergisine tabi (BGK, 1981, Md: 12) olmakla birlikte; verginin mükellefi, yurt dışından gönderilen ilan ve reklamlar dahil olmak üzere, ilan ve reklamı kendi adına yapan veya yaptıran gerçek

veya tüzel kişilerken, ilan ve reklam işlerini mutad meslek olarak ifa edenler, başkaları adına yaptıkları ilan ve reklamlara ait vergileri mükellefler adına ilgili belediyeye yatırmaktan sorumludurlar (BGK, 1981, Md:13).

Vergiye tabi ilan ve reklamlarda, ilan ve reklam işinin mükellefçe yapılması halinde ilan veya reklam işinin yapılmasından önce mükellef tarafından, ilan ve reklam işinin bu işi mutad meslek olarak ifa edenler tarafından yapılması halinde ilan ve reklam işini yapanlarca ilan veya reklamın yapıldığı ayı takip eden ayın 20. günü akşamına kadar verilecek beyanname üzerine, tarh ve tahakkuk ettirilerek beyanname verme süresi içinde ödenir (BGK, 1981, Md: 16).

Eğlence Vergisi (BGK, 1981, Md. 17-22); belediye sınırları ile mücavir alanlar içinde yer alan biletle girilen yerler, müşterek bahisler ve biletle girilmesi zorunlu olmayan eğlence işletmelerinin faaliyetleri bu vergiye tabidir (BGK, 1981, Md: 17). Verginin mükellefi, eğlence yerlerini işleten gerçek ve tüzel kişilerdir (BGK, 1981, Md: 18). Bu verginin konusu içinde sadece müşterek bahis oynatanlar beyannameye tabi olup, her aya ait eğlence vergisini o ayı takip eden ayın 20. günü akşamına kadar ilgili belediyeye bir beyanname ile bildirerek aynı süre içinde öderler (BGK, 1981, Md: 22-2).

Haberleşme Vergisi (BGK, 1981, Md. 29-33); Bu vergisinin konusunu, belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde Posta Telgraf Telefon işletmesi tarafından tahsil edilen telefon, teleks, faksimili ve data ücretleri (tesis, devir ve nakil ücretleri hariç) oluşturmaktadır (BGK, 1981, Md: 29). Söz konusu verginin mükellefi ise, telefon, teleks, faksimili ve data ücretlerini tahsil eden Posta Telgraf Telefon İdaresi (Türk Telekom)’dur. (BGK, 1981, Md: 30). Bir ay içinde tahsil edilen telefon, teleks, faksimili ve data ücretlerine isabet eden Haberleşme Vergisi, ilgili belediyeye tahsilatı takip eden ayın sonuna kadar bir beyanname ile bildirilir ve aynı süre içinde ödenir (BGK, 1981, Md: 33).

Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisi (BGK, 1981, Md. 34-38); belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde tüketilen elektrik ve havagazı bu verginin konusunu oluşturmaktadır (BGK, 1981, Md: 34). Bu verginin mükellefi ve sorumlusu ise, elektrik ve havagazını tüketenlerdir (BGK, 1981, Md: 35). Elektrik enerjisini tedarik eden veya havagazını dağıtan kuruluşlar tahsil ettikleri vergiyi, tahsil tarihini takip eden ayın 20. günü akşamına kadar belediyeye bir beyanname ile bildirerek, vergiyi aynı süre içinde öderler (BGK, 1981, Md: 39).

Yangın Sigorta Vergisi (BGK, 1981, Md. 40-44); BGK’nın 40. maddesine göre, belediye sınırları ve mücavir alanlar içindeki menkul ve gayrimenkul mallar için yapılan yangın sigortaları dolayısıyla alınan primler; Yangın Sigortası Vergisine tabidir. Söz konusu verginin mükellefi, menkul ve gayrimenkul mallar için yapılan yangın sigortaları dolayısıyla prim alan sigorta şirketleridir (BGK, 1981, Md: 41). Sigorta şirketleri, bir ay içindeki vergiye tabi muamelelerini ertesi ayın 20. günü akşamına kadar bağlı buldukları belediyeye bir beyanname ile bildirmeye ve hesaplanan vergiyi aynı sürede ödemeye mecburdurlar (BGK, 1981, Md: 44).

Belediyeler Tarafından Tahsil Edilen Beyana Dayalı Olmayan Vergiler

Çevre Temizlik Vergisi (BGK, 1981, Mük. Md. 44); BGK'nın mükerrer 44. maddesine göre, "Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde bulunan ve belediyelerin çevre temizlik hizmetlerinden yararlanan konut, iş yeri ve diğer şekillerde kullanılan binalar çevre temizlik vergisine tabidir." denilerek, verginin konusu belirtilmiştir. Buna göre, belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde bulunan ve belediyelerin sunmuş olduğu çevre temizlik hizmetlerinden faydalanan konut, işyeri veya diğer şekillerde kullanılan binalar Çevre Temizlik Vergisi'ne tabidir. Binaları kullananlar ise bu verginin mükellefi olmaktadır. Buna karşılık, boş bulunan, diğer bir ifadeyle hiç kullanılmayan binalar ise Çevre Temizlik Vergisi'ne tabi tutulmamaktadır.

Beyana tabi olmayan Çevre Temizlik Vergisi, su tüketim miktarı esas alınarak hesaplanır ve su faturasında ayrıca gösterilmek suretiyle tahakkuk etmiş kabul edilir. Tahakkuk eden vergi ise su tüketim bedeli ile birlikte belediyeler tarafından tahsil edilmektedir.

Emlak Vergisi; ülkemizde uygulanan emlak vergisi, kendi içinde Bina Vergisi ve Arazi Vergisi olmak üzere iki vergiye ayrılmaktadır. EVK'nın 1. ve 2. maddelerine göre, Türkiye sınırları içinde bulunan ve yapıldığı madde ne olursa olsun gerek karada gerek su üzerindeki sabit inşaatların hepsi Bina Vergisine tabidir. Söz konusu kanunun 12. maddesinde de Arazi Vergisi düzenlenmiştir. Buna göre, "Türkiye sınırları içinde bulunan arazi ve arsalar bu kanun hükümlerine göre Arazi Vergisine tabidir." denilerek, Türkiye sınırları içerisinde yer alan arazi ve arsaların Arazi Vergisine tabi olacağı belirtilmiştir. İlgili kanuna göre, Emlak Vergisi'nin mükellefi ise bina veya arazinin sahibi, varsa intifa hakkı sahibi, her ikisi de yoksa binayı sahip gibi kullananlardır.

Emlak Vergisi, 2002 yılında kadar dört yılda bir mükellefler tarafından yapılan genel beyan esasına göre vergilendirilirdi. Ancak 2002 yılından itibaren genel beyan esası kaldırılarak, bildirim esasına geçilmiştir. Bununla birlikte, Emlak Vergisi'nde mükelleflerin, vergi değerinde veya mükellefiyette bir değişiklik olmadığı sürece, bildirimde bulunma zorunluluğu da bulunmamaktadır (Çavdar, 2021; 111). Emlak vergisi, ilgili belediyeler tarafından yıllık olarak tarh edilir ve her yıl iki eşit taksitte ödenir.

Belediyeler Tarafından Tahsil Edilen Harçlar

Belediye gelirleri içerisinde Emlak Vergisi'nden sonra en büyük paya sahip olan harçlar BGK'nın 52-85. maddelerinde düzenlenmiştir. Bu başlık altında belediyeler tarafından tahsil edilen harçlara değinilecektir.

İşgal Harcı (BGK, 1981, Md. 52-57); BGK'nın 52. ve 53. maddelerine göre, pazar veya panayı kurulan yerlerin, meydanların, mezar yerlerinin her türlü mal ve hayvan satıcıları tarafından; Yol, meydan, pazar, iskele, köprü gibi umuma ait yerlerden bir kısmının herhangi bir maksat için işgali ile Motorlu kara taşıtlarının park etmeleri için il trafik komisyonlarının olumlu görüşü alınarak belediyelerce şehir merkezlerinde tesis edilen ve işletilen mahallerin

çalışma saatleri içinde, taşıtlar tarafından işgali bu harcın konusunu oluşturmaktadır. Söz konusu yerleri işgal edenler de bu harcın mükellefi olmaktadır.

Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcı (BGK, 1981, Md. 58-62); söz konusu harcın konusu, BGK'nın 58. maddesine göre, ulusal bayram günlerinde çalışmalarını belediyeler tarafından izne bağlı olan işyerlerine ruhsat verilmesidir. Kendisine ruhsat verilen gerçek veya tüzel kişiler de bu harcın mükellefi konumundadır.

Kaynak Suları Harcı (BGK, 1981, Md. 63-66); Bu harcın konusu, özel kaplara doldurularak satılacak olan kaynak sularının belediyeler tarafından hangi kaynaklara ait olduklarını gösterecek şekilde kaplara özel işaret konulmasıdır. Kaynak sularını özel işaretli kaplara doldurup satanlar bu harcı ödemekle mükelleftir.

Tellallık Harcı (BGK, 1981, Md. 67-71); Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde belediyelere ait hal, balıkthane, mezar yerleri ve ilgilinin isteğine bağlı olarak belediye münadisi veya tellalı bulundurulmuş benzer yerlerde, gerçek veya tüzel kişiler tarafından her ne surette olursa olsun her çeşit menkul ve gayrimenkul mal ve mahsullerin satışı bu harcın konusunu oluşturmaktadır. Söz konusu mal ve mahsulleri satan gerçek ve tüzel kişiler de bu harcın mükellefidir.

Hayvan Kesimi, Muayene ve Denetleme Harcı (BGK, 1981, Md. 72-75); Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde, belediyelerce veya yetkili mercilerce verilen izne dayanılarak özel kişi ve kuruluşlarca tesis edilen mezbaha ve kanaralarda kesilen hayvanların kesim öncesi ve sonrası muayenesi veya belediye sınırları ve mücavir alanlar dışında kesilmiş olup da belediye sınırı içinde satışa arz edilecek etlerin sağlık bakımından muayene ve denetlenmesi bu harca tabidir. Harcın mükellefi ise hayvan veya et sahipleridir.

Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı (BGK, 1981, Md.76-78); Ölçü ve tartı alet ve vasıtaları ile ölçeklerin ilgili mevzuat hükümlerine göre belediyelerce tarafından damgalanması bu harcın konusunu oluşturmaktadır. BGK'da yer alan tarifeye göre alınan bu harç, damgalanma sırasında makbuz karşılığında ödenir.

Bina İnşaat Harcı (BGK, 1981, Ek Md.1-7); Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde yapılan ilave ve tadilatlar dahil olmak üzere her türlü bina inşaatı bu harca tabidir. Bu harcın mükellefi, inşaat, ilave veya tadilat işlerini gerçekleştirenlerdir. Ayrıca binanın kullanım tarzının değişmesi halinde mükellef, binanın sahipleridir.

Ayrıca BGK'nın 79-85. maddelerinde ise Kayıt ve Suret Harcı, Altyapı Kazı İzni Harcı, İmar ile İlgili Harçlar, İşyeri Açma İzni Harcı, Muayene, Ruhsat ve Rapor Harcı, Sağlık Belgesi Harcı gibi çeşitli harçlar düzenlenmiştir.

Kayıt ve Suret Harcı (BGK, 1981, Md. 79); Belediyeler ve belediyelere bağlı müesseselerden istenecek her türlü kayıt suretleriyle gayrimenkullerle ilgili harita plan ve krokilerin suretleri söz konusu harcın konusunu oluşturmaktadır.

Altyapı Kazı İzni Harcı (BGK, 1981, Mük. Md. 79); belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde yapılacak kazı işlemleri için belediyeler tarafından verilecek altyapı kazı izni, bu harca tabiidir. Bu harcın mükellefi ise altyapı kazı izni talebinde bulunanlardır.

Çizelge 1. Belediyelerin Bütçe Gelirleri İçerisinde Vergi Gelirlerinin Gelişimi: 2011-2020

Table 1. Development of Tax Revenues within the Budget Revenues of Municipalities: 2011-2020

Yıllar	Vergi Gelirlerinin Payı (%)
2011	16,88
2012	16,12
2013	15,20
2014	14,84
2015	15,02
2016	15,09
2017	13,61
2018	13,06
2019	13,59
2020	13,36
2021	12,00

Not: 2021 yılı son çeyrek verileri yayımlanmadığı için Çizelgeye dâhil edilmemiştir. Kaynak: Oranlar, T.C. Maliye Bakanlığı, Muhasebat Genel Müdürlüğü'nün, Genel Yönetim Mali İstatistikleri, <https://muhasebat.hmb.gov.tr/mahalli-idareler-butce-istatistikleri> internet adresinden düzenlenmiştir.

İmar ile İlgili Harçlar (BGK, 1981, Md. 80); belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde İmar Kanununa göre ilk kez yapılan veya istek üzerine gerçekleştirilen müteakip parselasyon işlemleri "Parselasyon Harcına"; Verilecek ifraz ve tevhit kararları "İfraz ve Tevhit Harcına"; Proje tasdik işlemleri "Plan ve Proje Tasdik Harcına"; Zemin ve yol kanal açma izni verilmesi, yapım ve yıkım artığı malzeme ile toprak kazısının taşınması için belediyelerce yer gösterilmesi ve bu yerlerin tesviyesi "Zemin Açma İzni ve Toprak Hafriyatı Harcına"; ve son olarak Yapı kullanma izni verilmesi işleri "Yapı Kullanma İzni Harcına" tabidir.

İşyeri Açma İzni Harcı (BGK, 1981, Md. 81); belediye sınırları veya mücavir alanlar içinde bir işyerinin açılması söz konusu harcın konusunun oluşturmaktadır.

Muayene, Ruhsat ve Rapor Harcı (BGK, 1981, Md. 82); Mevzuat gereğince alınması zorunlu veya isteğe bağlı görülen ve belediyeler veya onlara bağlı kuruluşlar tarafından düzenlenerek ilgisine verilecek; muayene ve sağlıkla veya fenni konularla ilgili tahlillere ilişkin olup bu kanunda ayrıca harca tabi tutulmamış olan ruhsatlar, rapor ve belgeler söz konusu harca tabidir.

Sağlık Belgesi Harcı (BGK, 1981, Md. 83); Yaptıkları işler ve gördükleri hizmetler dolayısıyla özel mevzuatı gereğince belediyelerden sağlık belgesi almak mecburiyetinde olan kişilere verilecek bu tür belgeler ile bunların belli aralıklarla yenilenmeleri bu harcın konusunu oluşturmaktadır.

Belediye Gelirlerinin Gelişimi

Günümüzde devlete yüklenen görevler bağlamında, kaynak ayırımında etkinliğin sağlanmasına yönelik olarak yerel düzeyde yayılan dışsallıkların içselleştirilmesinde belediyeler de hizmet sunmaktadır. Şöyle ki, yerel nitelikteki ihtiyaçlar yerel düzeyde dışsallık yaymakta ve bu dışsallıkların içselleştirilmesinde görev belediyelere düşmektedir. Bu bağlamda, kaynak ayırımında etkinliğin sağlanması için merkezi yönetim ile yerel yönetimler (belediyeler) arasındaki görev (gider) bölüşümüne bağlı olarak gelir bölüşümünün de sağlanması gereklidir. Diğer

bir deyişle, mali özerkliğin gereği olarak, toplam gelir kaynaklarının paylaşımında, belediyelere yüklenen görevleri karşılayacak derecede gelire sahip olmaları gerekmektedir. Bu gelirler ise başta vergi gelirleri olmak üzere öz gelirlerden meydana gelmelidir. Yukarıda belediyelere ilişkin birincil nitelikte öz gelir sayılan vergi ve harç gelirlerine yer verilmiştir.

Türkiye'de 2011-2020 yılları arasında belediyelerin bütçe gelirleri içerisinde vergi gelirlerinin payısal gelişimine Çizelge 1 ve 2'de yer verilmiştir. Bu bağlamda, aşağıda Çizelge 1'de belediye bütçe gelirlerinin içerisinde vergi gelirlerinin (Vergi gelirleri; emlak vergisi, dâhilde alınan mal ve hizmet vergileri, harçlar ve başka yerde sınıflandırılmayan vergi gelirlerinden meydana gelmektedir) payı yer almaktadır. Bu pay, 2011 yılında yüzde 16,88 iken, 2020 yılında yüzde 13,36 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 2'de ise belediyelerin vergi ve harç gelirlerinin toplam bütçe gelirleri içerisinde payısal gelişimi yer almaktadır. Belediye bütçelerinde vergi gelirleri içerisinde en büyük pay emlak vergisi gelirlerine aittir. 2011 yılında yüzde 50,35 olan bu gelirin payı yıllar itibarıyla dalgalı bir seyir izleyerek 2020 yılında yüzde 61,32'ye yükselmiştir. Bu yükselişin nedeni, 2012 yılında uygulanmaya başlanan gayrimenkul sermaye iradı izleme projesi ile beyan dışı, eksik ve hatalı emlak vergisi beyanları izlenmeye alınmasıdır. Diğer bir deyişle, emlak vergisine yönelik bildirimlerin doğruluğu artmıştır. Bu bağlamda, bütçe gelirleri içerisinde emlak vergisinin payının yükselmeye başladığını söyleyebiliriz.

Belediyelerin bütçe gelirleri içerisinde emlak vergisi gelirlerinin payı artarken harç gelirlerinin payı yıllar itibarıyla azalmıştır. Harç gelirlerindeki azalmanın nedeni, harçların özelliğinden kaynaklanmaktadır. Kamusal hizmetlerin karşılığı olarak tahsil edilen harçlar, konjonktürel dalgalanmalara karşı duyarlıdır. Bu bağlamda konjonktürün daralma dönemlerinde bu gelirler de azalmalar görülmektedir. İşte bu yüzden, 2011 yılında vergi gelirleri içerisindeki payı yüzde 26,70 olan harç gelirleri; 2018 yılındaki ekonomik daralma ile 2019 yılının sonunda başlayan Covid-19 salgınının da etkisiyle yüzde 16,05'e gerilemiştir.

Belediyelerin Vergi İnceleme Yetkisi

Belediyelere tahsil yetkisi verilen ve yukarıda kısaca açıklanan vergilere ilişkin mevzuat incelendiğinde, verginin konusu, mükellefi, matrahı, nispet ve tarifesi, istisna ve muafiyetler gibi hususların 2464 Sayılı BGK'da düzenlendiği görülmektedir. Ancak, adı geçen kanunda vergi denetimi – özellikle de vergi incelemesine– ve vergi cezalarına ilişkin hükümlerin yer almadığı görülmektedir. Vergilere ilişkin tarh ve tahakkuk işlemleri ile denetim ve ceza gibi hususlar 213 Sayılı VUK, tahsilat usulleri de 6183 Sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun (AATUHK) ile düzenlenmiştir. (Arıkboğa, 2015;7). VUK'un 1. maddesinde ifade edildiği üzere, belediyelere ait vergi, resim ve harçların da VUK'a tabi olduğu, ancak, buna karşılık belediyelerin vergi inceleme yetkisi olmadığı görülmektedir.

Çizelge 2. Belediyelerin Vergi ve Harç Gelirlerinin Toplam Vergi Gelirleri İçerisindeki Gelişimi: 2011-2020

Table 2. Development of Tax and Fee Revenues of Municipalities in Total Tax Revenues: 2011-2020

Vergi Adı/Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Emlak Vergisi	50,35	48,78	46,93	53,77	54,26	55,03	51,51	60,08	61,68	61,32
Çevre Temizlik Vergisi	5,63	5,30	4,69	3,90	3,65	3,88	3,52	3,74	3,97	4,27
Haberleşme Vergisi	0,70	0,61	0,42	0,42	0,38	0,32	0,33	0,36	0,37	0,35
Elek. Hav. Tük. Ver.	10,78	12,69	13,42	12,19	12,06	9,63	9,58	11,00	14,34	13,64
Eğlence Vergisi	1,86	1,88	1,97	1,76	1,73	1,71	1,85	1,86	2,09	1,53
Yangın Sigorta Vergisi	0,27	0,29	0,32	0,30	0,29	0,26	0,27	0,27	0,28	0,25
İlan ve Reklam Vergisi	3,48	3,69	3,54	3,14	3,19	3,47	3,37	3,32	2,82	2,54
Harçlar	26,70	26,53	28,47	24,37	24,30	25,55	29,41	19,23	14,33	16,05

Not: 2021 yılı son çeyrek verileri yayımlanmadığı için Çizelgeye dahil edilmemiştir. Kaynak: Oranlar, T.C. Maliye Bakanlığı, Muhasebat Genel Müdürlüğü'nün, Genel Yönetim Mali İstatistikleri, <https://muhasebat.hmb.gov.tr/mahalli-idareler-butce-istatistikleri> internet adresinden düzenlenmiştir.

Ancak, vergi denetim yöntemlerinden birisi olan yoklama yoluyla belediyelerin denetim yetkilerini kullanmalarına en uygun vergilerin İlan ve Reklam Vergisi ile Eğlence Vergisi olduğu söylenebilir. Belediyeler, örneğin, İlan ve Reklam Vergisi'nde yoklama görevini fotoğraf çekerek ya da ilan ve reklam tabelalarının boyutlarını ölçerek yerine getirebilir (Arıkboğa, 2015;13-14).

Bu noktada, 2464 Sayılı BGK'nın 102. maddesi belediyelerde gelir tahsilatı işlemlerini yürüten gelir şube müdürü, mali hizmetler müdürü gibi yetkililerin VUK hükümlerinin uygulanması konusunda vergi dairesi müdürü yetkilerine haiz olduğu belirtmekle birlikte, bu yetkinin sınırları çizilmiş, "vergi inceleme yetkisi hariç olmak üzere" ibaresi kullanılmıştır. Dolayısıyla, belediyelerin vergi mükelleflerinin kayıtlarını inceleme yetkisi bulunmamakta, belediyeler denetim yetkilerini yalnızca vergi mükellefiyetine ilişkin durumun tespiti yoluyla, yoklama fişi düzenleyerek yerine getirebilmektedir. Bu durum belediyelerin nitelikleri gereği bazı vergileri denetleyememesi gibi bir sonucu ortaya çıkarmaktadır (Marmara Belediyeler Birliği, 2015; 13).

2464 Sayılı GBK'da yer alan ve yukarıda açıklanan vergilere yönelik ilgili kuruluşlar tarafından bir ay içinde elde edilen hasılatı dayalı olarak belediyeye aylık olarak beyan verilmesi esasını benimsenmiş olan Elektrik Havagazı ve Tüketim Vergisi, Haberleşme Vergisi ve Yangın Sigorta Vergisi konusunda beyan ettikleri hasılatlar (Arıkboğa, 2015; 13-14) ile ilan ve reklam işinin mükellefçe yapılması halinde mükellef tarafından, bu işi mutad meslek olarak ifa edenler tarafından yapılması halinde ise, ilan ve reklam işini yapanlarca elde edilen İlan ve Reklam Vergisi hasılatı ve sadece müşterek bahis oynatanlar beyannameye tabi olduğundan müşterek bahis oynatmaları sonucunda elde ettikleri Eğlence Vergisi hasılatlarının doğruluğunu inceleme yetkisi bulunmamakta, belediyeler ilgili vergilerin mükelleflerine güvenmek zorunda kalmaktadır.

Çözüm Önerileri ve Sonuç

Belediyelerin vergi denetimi konusundaki yetkileri sadece yoklama ile sınırlıdır. Bu bağlamda, belediyelerin vergi denetiminin güçlendirilmesi için çözüm önerileri aşağıdaki şekilde sıralanabilir;

- VUK'un 137. maddesinde, "Bu kanuna veya diğer kanunlara göre defter ve hesap tutmak, evrak ve vesikaları muhafaza ve ibraz etmek mecburiyetinde olan gerçek ve tüzel kişiler vergi incelemelerine tabidirler" denilerek incelemeye tabi olanların kimler olduğu belirlenmiştir. Ancak söz konusu maddede incelemeye tabi olanlar açık bir şekilde ifade edilmemiştir. Madde hükmüne göre incelemeye tabi olanlar ikili bir ayrıma tabi tutulmuştur. Bunlar defter ve hesap tutmak zorunda olan gerçek ve tüzel kişiler ile evrak ve vesikaları muhafaza ve ibraz etmek mecburiyetinde olan gerçek ve tüzel kişilerdir. Bu bağlamda, VUK'un 172. maddesine göre defter tutmak zorunda olanlara BGK'da yer alan vergilerin mükelleflerini de ekleyerek, vergi incelemesine tabi olması sağlanabilir.
- 2464 Sayılı BGK'nın 102. maddesindeki hüküm vergi inceleme yetkisini kapsayacak şekilde yeniden düzenlenerek, yukarıda adı geçen ve beyanname ile verilen vergilerin doğruluğunun kontrolüne ilişkin olarak belediyelerde görevli olan ve vergi dairesi müdürlerinin yetkisine haiz olan gelir şube müdürü, mali hizmetler müdürü gibi yetkililere vergi incelemesi yetkisi verilebilir.
- VUK'un 135. maddesinde yer alan vergi incelemesine yetkili kişiler arasına gelir şube müdürü, mali hizmetler müdürü gibi kişiler eklenebilir.
- Belediyelere verilen beyannamelerin incelenme yeri konusunda ise, VUK'un 139. maddesine göre işlem yapılabileceği hüküm altına alınabilir.

Belediyelerin finansman ihtiyaçları açısından temel kaynak olan vergilerin bir kısmı, beyan esasına göre tahsil edilmektedir. Ancak, mükellefler vergisel yükümlülüklerini tam ve eksiksiz olarak beyan etmenin yasal bir zorunluluk olduğunu bilmelerine rağmen, vergi ödeme mükellefler üzerinde bir baskı (vergi tazyiki) oluşturmaktadır. Buna karşılık, vergisel yükümlülüklerini tam ve eksiksiz olarak yerine getirmeyen mükellefler daha az vergi ödeyeceklerini düşünmektedirler. Bu ise, vergi kayıp ve kaçığına zemin hazırlayarak, belediyelerin birincil nitelikli öz gelirleri içinde yer alan vergi gelirleri payının azalmasına yol açmaktadır. İşte bu noktada, vergi denetiminin, diğer bir ifadeyle, çoğu zaman vergi denetimiyle aynı anlamda

kullanılan vergi incelemesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak, yukarıdaki öneriler bağlamında, belediyelerin vergi incelemesi yetkileri yasal düzenlemeler getirilerek vergi inceleme yetkisi verilmelidir.

Extended Summary

The individuals living in society have two basic needs. The first of these is unique or individual needs. The second one is social needs. Individual needs, also called physiological needs, consist of nutritional, clothing and housing needs and are met by the market economy. Social needs are met by the public economy. Social needs are divided into two, i.e. national and local needs. In unitary states, national needs, such as defense and diplomacy, are provided (supplied) by the central government; local needs such as water, park-garden and environmental cleaning are provided by municipalities (and special provincial administrations). Because such needs cannot be provided effectively by the market economy. One of the reasons why they cannot be provided effectively is the fact that the companies in the market keep the profit purpose in the foreground. In addition, such services also spread external benefits. That is why such services can only be provided effectively by local governments. In this way, ensuring the efficiency in the allocation of resources imposed on the state today is fulfilled. Efficiency in resource allocation is achieved by separating the total resource (national income) between the public and private sectors. Thus, both individual and social needs (including local needs) can be fully met.

Municipalities are public corporate bodies with administrative and financial autonomy, which are established to meet the local common needs of town residents and whose decision-making bodies are elected by voters. Therefore, since it has a separate legal personality from the central government, it also has the authority to prepare and implement its budgets. In this sense, first of all, the division of duties (separation of services) between the central government and local governments (municipalities) should be carried out in a way that ensures efficiency in resource allocation, as stated above. This division should be done in a way that does not lead to duplication of service so as not to waste resources. Municipalities need to have their own revenues provide the local needs left to them and to meet the expenditures required for these needs. The main reason municipalities have their own revenues is that the services they provide spread externality at the local scale. That is why taxes and transactions are the most important financing source for local services that spread externality.

In the context of meeting social needs, revenue division should also be made after the division of duties (expenses) between the central government and local governments (municipalities) has been made. In other words, in dividing the total revenue resources between the central government and the municipalities, a sufficient amount of income should be allocated to the

municipalities to meet the duties assigned to them. These revenues should consist of their own revenues, primarily tax and transaction revenues. In this context, the taxes collected by the municipalities in Turkey consist of wealth taxes and consumption taxes within the framework of the principle of ability to pay taxes, and transactions that bear the characteristics of the benefit principle.

The taxes that municipalities have the authority to collect are regulated in detail in the Municipal Revenues Law (MRL) and the Property Tax Law (PTL). In addition, the fees collected by the municipalities are also included in the MRL. When we look at the taxes collected by the municipalities, we can say that most of them are collected on the principle of statement. These are the taxes collected by municipalities on the principle of the statement: Announcement and Advertisement Tax, Entertainment Tax, Communication Tax, Electricity and Coal Gas Consumption Tax and Fire Insurance Tax On the other hand, the Real Estate Tax is collected by the municipalities on the basis of notification, and the Environmental Cleaning Tax is collected by the municipalities together with the water consumption cost.

Transactions within the scope of MRL are "Transaction for Occupation", "Working License Transaction for Working on Holidays", "Spring Water Transaction", "Transaction for Middlemen", "Animal Slaughtering, Checking and Inspection Transaction", "Measuring and Weighing Instruments Inspection Transaction", "Building Construction Transaction". In addition, under the title of various transactions, there are "Registration and Copying Transaction, Infrastructure Excavation Permit Transaction, Construction-related Transactions, Permitting for Business Transaction, Inspection, License and Report Transaction, and Health Certificate Transaction".

Considering that the principle of statement is predominant in the taxes collected by municipalities, it would not be wrong to say that taxpayers have important duties due to the structure of this system. In the principle of statement system, taxpayers usually determine the amount of tax they will pay by following the relevant laws, by-laws and regulatory notifications. In this context, whether taxpayer statements reflect the truth or not is of great importance in the success of this system. At this point, a need for the tax administration arises: to conduct tax audits in order to verify the status and accounts of the taxpayers and to investigate whether the taxpayers fulfill their tax obligations in accordance with the requirements of the relevant laws. This research can be carried out through tax inspections. According to Article 135 of the Tax Procedure Law, these inspections can be carried out by tax inspectors, assistant tax inspectors, the biggest public finance officer of the province, tax office managers, and those working in the managerial positions of the central and provincial organization of the Directorate of Revenue Administration.

In general, the audit methods applied in the audits carried out by the tax administration can be classified as inquiry, tax inspection, search and prospecting. However,

the authority of municipalities on tax auditing is limited to inquiry only. This results that the municipalities are not being to control some taxes.

Although the taxes and transactions collected by the municipalities are regulated in the MRL, there is no regulation regarding tax inspection and tax penalties in this law. The imposition, notification and assessment procedures for taxes are regulated in the TPL, , and the collection procedures are regulated by the Procedure Law on the Collection of Public Claims.

Considering the legal basis of tax inspections, it is seen that taxes, transactions and duties belonging to special provincial administrations and municipalities are within the scope of tax inspections. On the other hand, municipalities do not have the authority to check the accuracy of taxpayer statements, that is, to inspect them. This may cause municipalities to lose tax revenues. At this point, by establishing a financial services unit in municipalities, the relevant unit can be authorized to conduct tax inspections only for taxes and transactions collected by municipalities. The study aims to bring suggestions for the prevention of losses in tax and transaction revenues, which are included in the own revenues of municipalities and should be an essential source of income.

Kaynaklar

1. Akdoğan, A. (2011). Vergi Hukuku ve Türk Vergi Sistemi. Gazi Kitabevi.
2. Arıkboğa, Ü. (2015). Türkiye’de Yerel Vergi Yönetimi. Maliye Dergisi, (168): 1-19.
3. Aydın, B. (2006). Kayıt Dışı Ekonomi, Vergi Denetimi, İdari Yapı 5. Maliye ve Sigorta Yorumları Dergisi, <http://www.degerymm.com.tr/icerik/Kn59k7mF4j5HMr8lMX0Td20v6owTQa.pdf> (05.01.2022).
4. Başpınar, A. (2009). Tax Law and Turkish Tax System, Republic of Turkey Ministry of Finance Strategy Development Unit Issue No: 2009/394, Ankara.
5. Çavdar, F. (2021), Vergi İncelemelerinde Mükelleflerin Hak ve Ödevleri, Gazi Kitabevi.
6. Çavdar, F. (2016). Seçilmiş Ülkeler ve Yeni Gelişmeler Işığında Türkiye’de Vergi Denetimi: Sorunlar, Çözümler ve Yaklaşımlar. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
7. Dalak, G. (1999). Vergi Denetimi ve Muhasebe Uygulamaları. Vergi Sorunları Dergisi, (129): 77-78.
8. Gündüz, İ.O. (2008). Yerel Yönetimlerin Bir Borçlanma Yöntemi Olarak Tahvil İhracı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
9. Hayes, R.S., Schilder, A., Dassen, R., Wallage, P. (1999). Principles of Auditing an International Perspective. McGraw-Hill Higher Education.
10. Maliye Hesap Uzmanları Derneği (2011). Denetim İlke ve Esasları, Cilt 1, Euromat Entegre Matbaacılık.
11. Marmara Belediyeler Birliği (2015). “Belediyelerin Mali Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Çalıştay Raporu, İstanbul.
12. Meriç, M. (2002). Vergi Denetimi, ilkem Ofset.
13. Sarılı, M. (2003a). Türkiye’de Gelir İdaresi ile Vergi Denetiminin Sorunları, Çözüm Önerileri ve Yeniden Yapılandırılması, İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
14. Sarılı, M.A. (2003b). Türkiye’de Vergi Denetiminin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümüne Yönelik Yapılması Gereken Düzenlemeler, Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, (103).
15. Şeker, S. (1993). Vergi İncelemeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Yaklaşım Dergisi, <http://www.kanitymm.com.tr/makale/1993-05%20YAKLASIM%20-%20VERGI%20INCELEMELERI%20UZERINE%20GENEL%20BIR%20DEGERLENDIRME.pdf>, (02.01.2022).
16. Tekin, F., Çelikkaya, A. (2018). Vergi Denetimi, 8. Baskı, Seçkin Yayınları.
17. Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.gov.tr/> (04.01.2022).
18. Understanding a Financial Statement Audit, <http://download.pwc.com/ie/pubs/2014-pwc-ireland-understanding-financial-statement-audit.pdf>, (05.01.2022).
19. Yakar, S., Gündüz, İ.O. (2014). Türkiye’de Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi: “Var” mı “Yok” mu İşte Bütün Mesele Bu. Sayıştay Dergisi, (29): 117-141.



The Relationship Between Exchange Market Pressure Index and Dolarization: The Case of Turkey

Gökhan Konat^{1,a,*}, Şebnem Taş^{2,b}, Tayfur Bayat^{3,c}

¹Department of Econometrics, FEAS, Bolu Abant İzzet Baysal University

²Department of Economics, FEAS, Fırat University

³Department of Economics, FEAS, İnönü University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 30/01/2022

Accepted: 08/02/2022

ABSTRACT

Any prolonged pressure on the national currency can have serious consequences, especially for emerging economies that are prone to external shocks. It is important to know the timing and intensity of such pressures in order to avoid any crisis. In this context, especially in economies that follow the managed floating exchange rate system, the foreign exchange market pressure index is used in the literature in order to accurately determine the level of pressure on the national currency which is measured by the weighted sum of changes in exchange rates, foreign exchange reserves and/or interest rates. In this study, the relationship between the foreign exchange market pressure index, which signals a possible currency crisis in the Turkish economy in the period of 2005:12-2021:5, and dollarization, which is expressed as the intensive use of foreign currency as both a payment instrument and a store of value, is examined in the Fourier field. For the dollarization variable, the ratio of exchange deposit accounts to the M2 money supply is taken as a basis, and for the exchange market pressure index, in parallel with the studies in the literature, the weighted sum of the change in the nominal exchange rate (USD/Turkish Lira) and the CBRT gross foreign exchange reserves (Million USD) is used. The monthly data of the said variables were obtained from the CBRT official database. As a result of the empirical analysis, it has been concluded that there is a process that feeds each other between the foreign exchange market pressure index and dollarization.

Keywords: Exchange rate pressure index, Dollarization, Fourier causality

Döviz Piyasası Baskı Endeksi ve Dolarizasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği

Süreç

Geliş: 30/01/2022

Kabul: 08/02/2022

ÖZ

Ulusal para birimi üzerindeki herhangi bir uzun süreli baskı durumu, özellikle dış şoklara eğilimli gelişmekte olan ülke ekonomileri için ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Herhangi bir kriz durumundan kaçınabilmek için bu tür baskıların zamanlamasını ve yoğunluğunu bilmek önem arz etmektedir. Bu kapsamda literatürde özellikle yönetilen dalgalı döviz kuru sistemini takip eden ekonomilerde ulusal para birimi üzerindeki baskıların seviyesini doğru bir şekilde tespit edebilmek amacıyla döviz kurlarındaki, döviz rezervlerindeki ve/veya faiz oranlarındaki değişikliklerin ağırlıklı toplamı ile ölçülen döviz piyasası baskı endeksi kullanılmaktadır. Bu çalışmada ise Türkiye ekonomisinde 2005:12-2021:5 döneminde olası bir döviz krizinin işaretini veren döviz piyasası baskı endeksi ile yabancı paranın hem ödeme aracı hem de değer saklama aracı şeklinde yoğun kullanımı olarak ifade edilen dolarizasyon arasındaki ilişki fourier alanda ile incelenmektedir. Dolarizasyon değişkeni için döviz tevdiat hesaplarının M2 para arzına oranı esas alınmakta, döviz piyasası baskı endeksi için ise literatürde yer alan çalışmalara paralel olarak nominal döviz kuru (Amerikan Doları/Türk Lirası) ve TCMB brüt döviz rezervlerindeki (Milyon Amerikan Doları) değişimin ağırlıklandırılmış toplamı kullanılmaktadır. Söz konusu değişkenlere ait aylık veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası resmi veri tabanından elde edilmiştir. Ampirik analizler neticesinde döviz piyasası baskı endeksi ile dolarizasyon arasında birbirini besleyen bir süreç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Copyright



This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Anahtar Kelimeler: Döviz kuru baskı endeksi, Dolarizasyon, Fourier nedensellik

^a gokhan.konat@inonu.edu.tr
^c tayfur.bayat@inonu.edu.tr

^{ID} <https://orcid.org/0000-0002-0964-7893>
^{ID} <https://orcid.org/0000-0002-4427-0999>

^b stas@firat.edu.tr

^{ID} <https://orcid.org/0000-0002-7303-3407>

How to Cite: Konat, G., Taş Ş., Bayat T. (2022) The Relationship Between Exchange Market Pressure Index and Dolarization: The Case of Turkey, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 575-584

Giriş

Gelişmekte olan piyasaların finansal krizlere ve bunların yıkıcı sonuçlarına karşı duyarlılığı göz önüne alındığında, iktisatçılar ve politika yapıcılar, bu tür krizleri önleyebilecek politikalar geliştirmeyi bir öncelik haline getirmişlerdir (Honig, 2009: 198). Artan finansal entegrasyon ve bunun sonucunda ortaya çıkan uluslararası yayılmalar nedeni ile yayılma kanallarının belirlenmesi ve sonuçları, uygun politika tasarımları için önemli hale gelmiştir.

Bu bağlamda Takats ve Vela (2014), Mohanty (2014) ve Caruana (2012) yayılma kanallarını döviz kuru, politika faiz oranı, uzun vadeli faiz oranları, uluslararası banka kredileri ve portföy akışları olmak üzere beş kategoride sınıflandırmıştır. Bunlar arasında dış ekonomik koşulların ve yerel makroekonomik faktörlerin ilk ve en belirgin kanalı döviz kurudur (Aizenman ve Binici, 2016: 66).

Ulusal para birimi üzerindeki herhangi bir uzun süreli baskı durumu, özellikle dış şoklara eğilimli gelişmekte olan ülke ekonomileri için ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Herhangi bir kriz durumundan kaçınabilmek için politika yapıcılarının bu tür baskıların zamanlamasını ve yoğunluğunu bilmeleri, altta yatan ekonomik temelleri araştırabilmeleri ve proaktif bir şekilde tepki verebilmeleri açısından önem teşkil etmektedir (Rao, 2013: 102).

Tam dalgalı döviz kuru rejimleri izleyen ekonomiler için döviz kurundaki değişiklikler, yerel para birimi üzerindeki temel baskıları tam olarak yansıttığından bu tür baskıların ölçümü çok daha kolaydır. Ancak Bretton Woods sabit döviz kuru sisteminin çöküşünden bu yana, uygulamada sadece birkaç ülkenin tam dalgalı bir döviz kuru rejimi benimsediği geri kalan ülkelerin çoğunun yönetilen dalgalı döviz kuru sistemini takip ettiği görülmektedir. Bu nedenle söz konusu bu ülkelerde para otoriteleri döviz kurlarında istenmeyen dalgalanmaları önlemek için döviz piyasalarına müdahale etmekte ve döviz kurundaki değişiklikler sadece spekülasyon saldırıları yansıtmakta, tek başına döviz kurlarında meydana gelen değişiklik, yerel para birimi üzerindeki temel baskıların doğru bir ölçütünü oluşturamamaktadır (Rao, 2013: 102).

Özellikle yönetilen dalgalı döviz kuru sistemini takip eden ekonomilerde ulusal para birimi üzerindeki baskıların seviyesini doğru bir şekilde tespit edebilmek amacıyla literatürde döviz piyasası baskı endeksi (Exchange Market Pressure Index, EMPI) kullanılmaktadır. Döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) genel olarak döviz kurlarındaki, döviz rezervlerindeki ve/veya faiz oranlarındaki değişikliklerin ağırlıklı toplamı ile ifade edilmektedir (Akram ve Byrne 2015: 43).

Merkez bankalarının döviz kuru piyasasına müdahaleleri nedeniyle, fiili döviz kuru hareketleri döviz piyasası baskılarının boyutunu tam olarak yansıtamamaktadır. EMPI ile ulusal para birimine yönelik değer kazanma ve kaybetme sonucunu doğuran ulusal ve uluslararası aşırı talep veya yerel para birimi arzından kaynaklı döviz piyasasındaki dengesizliğin büyüklüğü belirlenebilmekte ve bu sayede döviz piyasasının mevcut durumu tespit edilerek, döviz kurunun gelecekteki değeri

öngörülebilmektedir. Bu kapsamda EMPI hem döviz kuru değişikliklerinin hem de merkez bankasının doğrudan ve dolaylı müdahalelerinin etkisini yakalayabilmektedir (Özçelebi 2019: 498, Rao, 2013: 102-103).

EMPI'nin bahsedilen öneminden yola çıkılarak bu çalışmada, Türkiye'de EMPI ile dolarizasyon arasındaki ilişki incelenmektedir. Ticari bankalardaki döviz (veya dolar) mevduat oranının %20'yi aşması olarak tanımlanabilen dolarizasyon olgusu (Park ve Soon, 2020: 1) ilk olarak 1990'ların sonlarında dünya genelinde enflasyonun düşmesi ve ani döviz kuru hareketlerinin görülme sıklığının azalmasının ardından bankalardaki mudilerin düşük enflasyona rağmen yabancı para cinsinden mevduat tutmakta ısrar etme derecesi nedeni ile önemli ölçüde ilgi çekmeye başlamış ve birçok merkez bankası için endişe yaratmıştır.

Bu bağlamda yüksek enflasyon sırasındaki düzensiz parasal koşulların bir yansıması olmaktan ziyade politika yapıcıların dolarizasyon olarak adlandırılan kalıcı bir çift para birimi bankacılığı olgusuyla karşı karşıya olduğu görülmeye başlanmıştır (Honohan, 2007: 1).

Artan dolarizasyon, bir ülke ekonomisinin dünya pazarına artan entegrasyonunun bir işareti olabileceği ve çeşitli faydalar sağlayabileceği gibi ekonomi ve özellikle döviz kurları üzerinde istenmeyen etkilere de neden olabilmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada Türkiye'de dolarizasyon (CS) ve döviz piyasası baskı endeksi (Exchange Market Pressure Index, EMPI) arasındaki ilişki 2005:12-2021:5 dönemini için Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası resmi veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak incelenmektedir.

Değişkenlere yönelik ampirik analizde öncelikle Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) ve Bozoklu ve ark. (2020) kesirli frekanslı Fourer birim kök sınaması gerçekleştirilmekte ardından seriler arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmak için Pata ve Yılandı (2020) kesirli frekanslı esnek fourier formunda Toda-Yamamoto (FFFF-TY) nedensellik analizi uygulanmaktadır.

Literatürde dolarizasyon ve döviz piyasası baskı endeksi arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalara bakıldığında Türkiye örneğine yönelik çalışmaların son derece az olduğu dikkati çekmekte bu nedenle bu çalışma literatürdeki boşluğu gidermeye katkıda bulunmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde teorik altyapı ve literatürde yer alan çalışmalar ele alınacak ardından veri seti ve ekonometrik yöntem üzerinde durulacak son olarak ampirik analiz sonuçları ve politika önerileri yer alacaktır.

Teorik Altyapı ve Literatür

2008–2009 küresel finansal krizinin dünya ekonomisi üzerindeki olumsuz etkileri göz önüne alındığında, küresel ölçekte finansal istikrarın sağlanması önem kazanmış ve olası bir finansal krizin işaretlerini veren göstergelerin üretilmesi gerekliliği ön plana çıkmıştır. Bu noktada döviz krizinin bir göstergesi olarak kabul edilen döviz piyasası

baskısı (Exchange Market Pressure, EMP) birçok bilimsel çalışmanın odak noktası olmuştur (Akram ve Byrne, 2015; Aizenman ve Binici, 2016; Patnaik ve ark., 2017; Soe ve Kakinaka, 2018; Ozcelebi, 2019).

Kriz sonrası dönemde gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde ekonomi politikaları, bozulan makroekonomik ekonomik koşulların iyileştirilmesine odaklanmıştır. İç ve dış makroekonomik faktörlerin yanı sıra, özellikle gelişmekte olan ülkelerde döviz kuru dalgalanmalarının analizinin özünü, dış kaynak ihtiyacı ve uluslararası sermaye akımlarının oluşturduğu görülmektedir. Döviz kurlarındaki oynaklığın azaltılmasında döviz kuru üzerinde baskı oluşturan faktörlerin kontrolü önem arz etmektedir. Bu açıdan merkez bankalarının müdahalelerini döviz kurları, faiz oranları ve uluslararası rezervlerdeki değişimlerden oluşan ağırlıklı bir endeks ile temsil eden döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) tarafından doğrudan yansıtılmakta (Eichengreen ve ark., 1995) ve döviz kuru değişimlerinin gelecek dönemlerdeki etkileri hakkında daha kesin açıklamalar yapabilmek adına döviz piyasası dinamiklerinin tespitinde, döviz piyasasının mevcut durumunun ve döviz kurunun gelecekteki değerinin tahmin edilebilmesinde öncü bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Özcelebi, 2019: 498-499).

Bir ülke olası dört yolla uluslararası şoklara uyum sağlar: döviz kurundaki değişiklik, merkez bankasının müdahalesi, döviz kurunu etkilemek amacıyla faiz oranını yükseltme veya düşürme, sermaye kontrollerini değiştirme. İktisatçılar EMP'yi ölçebilmek için bu dört değişkeni tek ölçüye indirgeyen bir mekanizma bulma konusunda farklı yöntemler izlemişlerdir. Ancak EMP fikrinin tamamı, gerçek döviz kuru değişiklikleri ve merkez bankası tarafından doğrudan veya dolaylı müdahaleler yoluyla savuşturulan potansiyel değişiklikler etrafında şekil aldığından literatürde yer alan ampirik çalışmaların çoğu, merkez bankasının doğrudan müdahalelerinin göstergesi olarak rezervlerdeki değişiklikleri ve döviz kurlarındaki değişiklikleri kullanmışlardır (Rao, 2013: 106).

EMP'nin tanımlanması ve EMPI'nin hesaplanmasına yönelik literatürde yer alan çalışmalar, modele bağlı [Girton ve Roper (1977), Roper ve Turnovsky (1980) ve Weymark (1995)] ve modelden bağımsız [Eichengreen ve ark., (1995), Kaminsky ve Reinhart (1999) ve Pontines ve Siregar (2007)] yaklaşımlar olmak üzere iki ana gruba ayrılabilir. Modele bağlı yaklaşımda, EMP bileşenlerini veya bunlara atanan ağırlıkları türetmek için stokastik bir makro model kullanılırken, modelden bağımsız yaklaşımda döviz piyasası baskısının bileşenlerini veya bunlara atanan ağırlıkları türetmek için herhangi bir model kullanılmamaktadır.

EMP literatürü bu tür bir baskının parasal modelini ortaya koyan ve bunu savaş sonrası Kanada dolarına uygulayan Girton ve Roper'a (1977) dayanmaktadır. Girton ve Roper (1977) parasal bir döviz kuru belirleme modeli kullanarak, döviz kuru ve döviz rezervi değişimlerinin basit bir toplamı olan bir döviz piyasası baskı endeksi türetmiştir. Endekste hem döviz kuru hem de döviz rezervi değişikliklerine eşit ağırlıklar verilmiştir.

Endeksin ağırlıklarını türetmek için herhangi bir model parametresinin tahminini gerek duyulmamıştır. Ardından Weymark (1995) çalışmasında EMPI tanımını, fiilen uygulanan döviz kuru politikasının yarattığı beklentiler göz önüne alındığında ve döviz piyasası müdahalesinin yokluğunda, uluslararası piyasalarda yerli para birimine yönelik fazla talebi ortadan kaldırmak için gerekli olacak döviz kuru değişikliğini ölçen endeks olarak yapmıştır. Roper ve Turnovsky (1980) ise para otoritelerinin yurtiçi çıktıyı istikrara kavuştururken yurtiçi krediyi hedefleme ile döviz kuru arasında karşı karşıya kaldıkları değiş-tokuş durumunu gösterebilmek adına makroekonomik model kullanmış ve türettikleri döviz piyasası baskı endeksi, döviz kuru ve döviz rezervleri değişimlerinin toplamından oluşmuştur.

Eichengreen ve ark. (1995)'nin yirmi sanayi ülkesinin 1959-1993 arası çeyreklik dönem verilerini kullanarak döviz krizlerini inceledikleri çalışmalarında, EMPI'nin istatistiksel ölçümü için döviz kurları ve uluslararası rezervlere ek olarak faiz oranı değişikliklerini de hesaba katmış ve endeksin her bir bileşenini ayrı ayrı ağırlıklandırarak standartlaştırmışlardır. Pontines ve Siregar (2007)'de Doğu Asya ve Latin Amerika'da yer alan bazı ülkelerde döviz krizlerinin belirlenmesine yönelik döviz piyasası baskısına dayalı yaklaşımları inceledikleri çalışmalarında döviz kurundaki, döviz rezervlerindeki ve faiz oranlarındaki değişikliklerin ağırlıklı ortalamasından oluşan EMPI kullanmışlardır.

EMPI'ya yönelik literatür, EMP belirleyicileri olarak makroekonomik değişkenlere de odaklanmıştır. Bu kapsamda daha önce bahsedilen ve konu ile ilgili öncü çalışma olan Girton ve Roper (1977) döviz piyasası baskısının belirleyicilerini incelerken, tahmini denklem ve döviz piyasası baskısı açıklayıcıları olarak yerli ve yabancı parasal büyüklükler ile yerli ve yabancı geliri kullanmıştır. Connolly ve Da Silveira (1979), Girton ve Roper (1977) döviz piyasası baskısı (GR) modelini savaş sonrası Brezilya para deneyimine uygulamışlardır. Tek denklemlilikli yaklaşımlarında, döviz piyasası baskısı belirleyicileri olarak yurtiçi kredi, yabancı fiyatları ve yurtiçi gelir kullanılmıştır. Burdekin ve Burkett (1990) 1963:1-1988:1 dönemi için Kanada'ya dinamik bir GR modeli uygulamışlar ve EMP belirleyicileri olarak ABD ve Kanada GSYİH deflatörü ve hazine bonosu oranını esas almışlardır. Bunlarla birlikte Kim (1985), Thornton (1995) ve Bahmani-Oskooee ve Bernstein (1999), GR'nin Connolly ve Da Silveira (1979) versiyonunun bir kısmını değiştirerek, para çarpanını ek bir bağımsız değişken olarak kullanmışlardır.

EMP ve EMPI ile ilgili literatür bir bütün olarak değerlendirildiğinde, EMP'yi ölçmeye yönelik ilk çalışmalarda doğrudan parasal modeller kullanıldığı daha yakın tarihli çalışmalarda ise rezervlerdeki, döviz kurlarındaki ve faiz oranlarındaki değişiklikleri birleştiren endekslerden yararlanıldığı görülmektedir. EMP'nin doğrudan ölçümleri modele bağlıdır ve öncelikle herhangi bir istenen döviz kuru hedefi altında rezerv veya döviz kuru değişiklikleri yoluyla ortadan kaldırılması gereken para piyasası dengesizliğinin büyüklüğünü bulmaya yöneliktir. EMPI ise krizleri yakalamak ve tahmin etmek için tasarlanmıştır. Doğrudan ölçümler genellikle tutarlı

birimlerden yoksundur ancak endekslerde bu sorun yoktur ve kriz koşullarına daha uygundur (Patnaik, 2017: 60).

Yabancı paranın hem ödeme aracı hem de değer saklama aracı şeklinde yoğun kullanımı olarak ifade edilen dolarizasyon, az gelişmiş ekonomilerde zaman içerisinde politika yapıcılar ve iktisatçılar için büyük ilgi uyandırmıştır (Ortiz, 1983; Melvin, 1985; Reinhart ve ark., 2003). Genel olarak yüksek enflasyon, yapışkan döviz kuru dalgalanmaları, durgun bir reel ekonomi ve piyasa kurumlarının niteliksel bozulması, dolarizasyon üzerinde olumlu yani arttırıcı etkiye sahip iken yerel para biriminin reel olarak değer kazanması dolarizasyon derecesini azaltmada önemli bir faktördür. Ancak özellikle, enflasyon veya enflasyona bağlı dalgalanma, ülkeler arasında dolarizasyonun derinleşmesinde ortak bir faktör olarak görülmektedir. (Park ve Soon, 2020:2-3)

Dolarizasyon ekonomilerde hem faydaya hem de maliyete sebep olan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bennett ve ark. (1999) ve Kokenyene, Ley ve Veyrunne'ye (2010) göre artan dolarizasyon, bir ülkenin ekonomisinin dünya pazarına artan entegrasyonunun bir işaretidir ve bu durum ona ilk olarak dünya ekonomisine daha yakın entegrasyon, yerel mali piyasaların gelişiminin hızlanması, yabancı yatırımcıların yerli yatırımlara yönelik döviz kuru riskinin azalması ve son olarak düşük kredi maliyeti ile döviz cinsinden kredi verilmesi nedeniyle iç tüketim ve yatırım üzerinde olumlu etki yaratması yönünde faydalar sağlayabilir.

Bu çalışmaların aksine Ize ve Yeyati'ye (2005) göre dolarizasyon, para politikasının etkinliğini sınırlandıracaktır çünkü dolarizasyon ile birlikte yerel para biriminin kontrolü zayıflayacak, finans veya döviz piyasası için bağımsız ve etkili politikalar kısıtlanacaktır. Rennhack ve Nozaki (2006) ise çalışmalarında aşırı dolarizasyonun, kronik enflasyon, döviz kurlarında volatilité ile yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca yüksek derecede dolarizasyon bir ülkeyi ekonomik krizlere karşı daha savunmasız hale getirebilmektedir (De Nicolo, Honohan ve Ize (2005), Fischer, Lundgren ve Jahjah (2013).

Pinshi (2020) çalışmasında yüksek derecede dolarizasyonun, para arzının kontrolünü, dezenflasyon ve fiyat istikrarı girişimlerini ciddi şekilde engellediğini, para arzına bir yabancı para bileşeni ekleyerek para politikası rejimi seçimini karmaşıklatabileceğini belirtmektedir. Çalışmasında ayrıca gelişmekte olan ekonomilerde para politikasının etkisizliğini karakterize eden döviz rezervlerindeki düşüş, döviz kurlarındaki değer kaybı, dolarizasyon, yüksek ve değişken enflasyon arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Merkez bankalarının parasal ve finansal sistemin istikrarını korumada dolarizasyon ve düşük uluslararası rezervlerden endişe duyduklarını ve bu endişenin temel nedenlerinin ise likidite riski, ödeme gücü riski, parasal risk ve merkez bankası politika faizlerinin etkisiz geçişkenliği riski olduğunu belirtmektedir.

Feridun (2012) ise 1991:12'den 2006:08'e kadar aylık veriler kullanılarak ARDL ve Granger nedensellik çerçevesinde Türkiye'de borç dolarizasyonu ve döviz piyasası baskısını inceleyerek döviz piyasası baskısı ile dolarizasyon arasında uzun vadeli ilişki olduğu ve borç dolarizasyonunun döviz piyasası baskısının Granger nedenseli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu durumun ise, Türkiye'de bankaların bilançolarında yabancı para cinsinden yükümlülüklerin ağırlığının döviz piyasasında satış baskısı ve

dalgalanma korkusu yarattığını belirtmiştir. Ayrıca EMPI'da artış döviz kuru krizi olasılığının arttığını gösterebilir bu durumda da bankalar risklerini sınırlamak için yabancı para cinsinden yükümlülüklerini azaltmaya yönelebilir. Öte yandan, borç dolarizasyonu bankaların pozisyonlarını bozabilir ve bu da döviz piyasasında kendi kendini gerçekleştiren bir satış baskısına neden olabilir. Benzer şekilde, EMP endeksi doğrudan müdahaleleri yansıttığı için merkez bankasının dalgalanma korkusundan kaynaklanması durumunda, borç dolarizasyonundan EMP'ye daha fazla nedensellik olabilmektedir.

Veri Seti ve Ekonometrik Yöntem

Bu çalışmada 2005:12-2021:5 dönemi için aylık veriler kullanılarak Türkiye'de dolarizasyon (CS) ve döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmaktadır. Dolarizasyon değişkeni için döviz tevdiat hesapları/M2 para arzı baz alınmaktadır. EMPI endeksi ise literatürde yer alan çalışmalara paralel olarak nominal döviz kuru (Amerikan Doları/Türk Lirası) ve TCMB brüt döviz rezervlerindeki (Milyon Amerikan Doları) değişimin ağırlıklandırılmış toplamından oluşmaktadır. Söz konusu değişkenlere ait aylık veriler TCMB resmi veri tabanından elde edilmiştir.

Değişkenler için öncelikle Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) ve Bozoklu ve ark. (2020) kesirli frekanslı Fourier birim kök sınaması gerçekleştirilmiştir. Ardından seriler arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmak için kesirli frekanslı Fourier temelli nedensellik analizi uygulanmıştır. Çalışmada Türkiye'de CS ile EMPI değişkenleri için tanımlayıcı istatistikler Çizelge 1'de yer almaktadır.

Çizelge 1'de yer alan sonuçlara göre iki değişkenin de normal bir dağılım sergilemediği görülmektedir. Dolarizasyon (CS) ve döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) arasındaki ilişkiyi analiz için oluşturulan model (1) nolu eşitlikte yer almaktadır:

$$CS_t = \beta_0 + \beta_1 EMPI_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Bu çalışma için T=2005:12,2006:01,2006:02, ...,2021:05 olup ε_{it} modele dahil edilemeyen değişkenleri temsil eden hata terimini ifade etmektedir.

Bozoklu ve ark. (2020) Kesirli Frekanslı Fourier ADF Birim Kök Testi

Bozoklu ve ark. (2020) tarafından önerilen bu test Enders ve Lee (2012) testine dayanmaktadır. Bu testin Enders ve Lee (2012) testinden farkı frekans sayılarının tamsayı değil de kesirli olmasıdır. Perron (1989), serilerde yapısal kırılmalar olduğunda bunları göz ardı etmenin birim kökün reddedilmesine yol açabileceğini vurgulamış ve yapısal değişimleri dikkate alan birim kök testlerinin öncüsü olmuştur. Fakat bu tip geleneksel yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök testler kukla değişkenler aracılığıyla yapısal kırılmalara izin vermekte ve bu nedenle yalnızca ani değişikliklerin dinamiklerini yakalamaktadırlar. Dolayısıyla ani değil de yumuşak geçişlerin ve değişimlerin tespit edilebilmesi için literatüre bilinmeyen fonksiyonel formda yapısal kırılma sayısının bilinmediği duruma olanak veren

Fourier birim kök testleri literatüre kazandırılmıştır (Enders ve Lee, (2004), Becker ve ark. (2006), Christopoulos ve Leon-Ledesma (2010, 2011), Enders ve Lee (2012), Omay (2015)). Modele dâhil edilen Fourier fonksiyonlar sayıları, konumu ve biçimi testin gücü üzerinde bir etkiye sahip olmayan çok sayıda yumuşak değişime izin vermektedir. Bozoklu ve ark. (2020) Fourier ADF birim kök testini uygulamak için aşağıdaki model tahmin etmektedirler:

$$\Delta Y_t = \alpha_1 + \alpha_2 t + \alpha_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \alpha_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \rho Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \delta_i \Delta Y_{t-i} + e_t \quad (2)$$

Burada t trend terimini, T gözlem sayısını, $\pi = 3.1416$, k belirli bir frekansı ve p uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir. Bozoklu ve ark. (2020) uygun gecikme uzunluğunu belirlemek için Akaike bilgi kriterini kullanmaktadır. Ayrıca Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) ve Omay (2015) birim kök sınamalarındaki gibi frekans sayısını tamsayı değil de kesirli olarak dikkate almışlardır. Burada k frekans sayısı $[0.1, 0.2, 0.3, \dots, 5]$ aralığında olmakta ve en küçük kareler toplamını (SSR) veren uygun k frekans (\tilde{k}) değeri seçilmektedir. Önceki Fourier temelli testlerdeki gibi bu testte de doğrusal olmama durumlarının sınaması için F sınaması kullanılarak $\alpha_3 = \alpha_4 = 0$ temel hipotezi test edilmektedir. Yine diğer Fourier temelli birim kök testlerinde ki gibi birim kökün olduğunu ifade eden temel hipotezi sınamak için, ρ katsayısının istatistiksel anlamlılığı test edilmektedir. $[0.1, 0.2, \dots, 5]$ Aralığında k frekans değerleri için kritik değerler Bozoklu ve ark. (2020) tarafından Monte Carlo simülasyonları ile hesaplanmış ve çalışmalarında raporlanmıştır. Elde edilen test istatistikleri bu kritik değerler ile karşılaştırılarak analizi gerçekleştirilen serinin birim kök içerip içermediğine karar verilmektedir.

Pata ve Yılcı (2020) Kesirli Frekanslı Esnek Fourier Formunda Toda-Yamamoto (FFFF-TY) Nedensellik Testi

Enders ve Jones (2016) nedensellik test literatüründe yapısal değişimleri göz önünde bulunduran alan bir test prosedürü önermişlerdir. Bu prosedür vektör otoregresif (VAR) modelinde çoklu düzgün kırılma olasılığını dikkate alan ilk çalışma olup esnek Fourier formunun bir varyasyonu olan yeni bir nedensellik testi sunmaktadır. Enders ve Jones'un (2016) nedensellik testini kullanmak için, değişkenlerin durağanlık özelliklerinin test edilmesi ve seriler birim köklü ise değişkenlerin farkının alınması gerekmektedir. Bu işlem uzun dönemde bilgi kaybına neden olabileceğinden Nazlıoğlu ve ark. (2016), VAR modelinin değişkenlerin maksimum bütünleşme mertebesi ile artırıldığı Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik testi çerçevesinde Fourier nedensellik testi kullanmayı önermişlerdir. Fourier fonksiyonları ile gecikmesi artırılmış (Lag Augmented) VAR (LA-VAR) modeli aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{i=1}^{1+d_{\max}} \theta_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{1+d_{\max}} \vartheta_i X_{t-i} + u_t \quad (3)$$

$$X_t = \alpha_0 + \alpha_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \alpha_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{i=1}^{1+d_{\max}} \delta_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{1+d_{\max}} \theta_i X_{t-i} + v_t \quad (4)$$

Burada l ve d_{\max} sırasıyla VAR modelinin uygun gecikme uzunluğunu ve değişkenlerin maksimum bütünleşme mertebesini göstermektedir. LA-VAR sisteminde, k belirli bir frekans sayısını, t trend terimini ve T gözlem sayısını ifade etmektedir. Nazlıoğlu ve ark. (2016), kalıntı kareler toplamının minimum olduğu uygun frekans değerini yani k 'yı tamsayı değeri olarak $1 \leq k \leq 5$ için tahmin etmeyi önermiştir. Bununla birlikte, Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) frekans değeri tamsayı ise geçici kırılmaları, kesirli ise kalıcı kırılmaları yakalayabileceği fikrinden hareketle, Pata ve Yılcı (2020) frekansın tamsayı değil de kesirli olarak modele dâhil etmişlerdir. Yani tamsayı frekanslar aralığında uygun frekans yerine nedensellik sınamasında kalıcı kırılmalara izin vermek için kesirli frekansları da dikkate almışlardır ve $[0.1, 0.2, 0.3, \dots, 5]$ aralığında uygun frekansın seçilmesine izin vermişlerdir. Bu testin adını da kesirli frekanslı esnek Fourier formunda Toda-Yamamoto (FFFF-TY) nedensellik testi olarak isimlendirmişlerdir. Burada $i=1, 2, \dots, l$ için Wald istatistiği kullanarak $\vartheta_i=0$ temel hipotezi test edilmektedir ve bootstrap simülasyonları ile kritik değerler elde edilerek hesaplanan test istatistiği ile karşılaştırılarak değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olup olmadığına karar verilmektedir.

Ampirik Bulgular

Dolarizasyon (CS) ve döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) arasındaki ilişkinin incelenirken ilk olarak iki değişkenin bütünleşme mertebesi araştırılmış ve bu amaçla hem CS hem de EMPI değişkeni için Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) ve Bozoklu ve ark. (2020) Fourier temelli birim kök analizleri gerçekleştirilmiştir. Düzeyde durağan bulunan iki değişken için Pata ve Yılcı (2020) tarafından önerilen ve Nazlıoğlu ve ark. (2016) testinin kesirli frekanslı hali olan FFFF-TY testi uygulanmıştır. Sonuçlar aşağıdaki Çizelge 2, Çizelge 3 ve Çizelge 4'de yer almaktadır.

Çizelge 2'den elde edilen Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) birim kök analiz sonuçlarına göre CS değişkeni için Fourier terimlerin anlamlı olduğu ve hesaplanan test istatistiğine göre temel hipotezin reddedildiği ve serinin durağan yani $I(0)$ olduğu görülmektedir. EMPI Değişkeninin birim kök test sonuçlarına göre ise Fourier terimlerin anlamlı olmadığı için geleneksel ADF testi raporlanmıştır ve bu sonuçlara göre yine bu değişkenin $I(0)$ olduğu görülmektedir.

Çizelge 3'ten elde edilen Bozoklu ve ark. (2020) kesirli frekanslı Fourier birim kök test sonuçlarına göre ise yine iki değişkenin düzeyde durağan olduğu görülmektedir. Ayrıca EMPI değişkeninin Fourier terimlerinin yine anlamlı çıkmadığı görülmektedir ve Çizelge 2'de geleneksel ADF test sonuçları raporlandığı için ayrıca burada yer verilmemiştir.

FFFF-TY kesirli frekanslı Fourier Toda-Yamamoto nedensellik analiz sonuçlarına göre ise nedensellik ilişkisinin mevcut ve çift yönlü olduğu görülmektedir. Ayrıca iki nedensellik hipotezi için de uygun frekans değerinin 0.5 ve kesirli olduğu dolayısıyla kalıcı yapısal kırılmaları yakaladığı sonucuna varılmaktadır. Değişkenlere ait zaman yolu grafiği aşağıda Şekil 1'de sunulmaktadır. Değişkenlere ait zaman yolu grafiklerinden elde edilen sonuçlara göre; dolarizasyon (CS) değişkeni Fourier fonksiyonlara uygun iken, döviz

piyasası baskı endeksi (EMPI) değişkeni fourier fonksiyonlara uygun olmamaktadır.

Çizelge 1. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Table 1. Descriptive Statistics of Variables

	CS	EMPI
Ortalama	0,356	0,009
Medyan	0,342	0,002
Maksimum	0,534	0,304
Minimum	0,259	-0,219
Standart Sapma	0,070	0,087
Çarpıklık	0,867	0,570
Basıklık	2,845	4,163
Jarque-Bera	23,511 (0,000)	20,594 (0,000)

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

Çizelge 2. Christopoulos ve Leon-Ledesma (2011) Kesirli Frekanslı FADF Birim Kök Test Sonuçları

Table 2. Christopoulos and Leon-Ledesma (2011) Fractional Frequency FADF Unit Root Test Results

	Min. KKT	0.065		
CS	Kesirli Frekanslı FADF	-3,953**		
	Frekans	0,5		
	Uygun Gecikme Uzunluğu	7		
	Min. AIC	-5,078		
	F test İstatistiği	1171,126***		
	Kritik Değer FADF	%1	%5	%10
		-4,47	-3,93	-3,64
		Kritik Değer $F_{\mu}(k)$	%1	%5
	6,730		4,929	4,133
	EMPI		ADF Test İst.	-3,691***
Min. KKT		1,372		
Kesirli Frekanslı FADF		-4,161**		
Frekans		0,5		
Uygun Gecikme Uzunluğu		11		
Min. AIC		-2,039		
F test İstatistiği		2,638		
Kritik Değer FADF		%1	%5	%10
		-4,47	-3,93	-3,64
		Kritik Değer $F_{\mu}(k)$	%1	%5
6,730	4,929		4,133	

Not: *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. EMSI Değişkeni için F test istatistiği sonucuna göre temel hipotez reddedilemediği için ADF test istatistiği sunulmaktadır ve ADF test istatistiği için kritik değerler %1, %5 ve %10 için sırasıyla -3,468, -2,878 ve -2,575'dir.

Çizelge 3.Bozoklu ve ark. (2020) Kesirli Frekanslı FADF Birim Kök Test Sonuçları

Table 3. Bozoklu et al. (2020) Fractional Frequency FADF Unit Root Test Results

Model	Frekans	Min. KKT	FADF	Kritik Değerler			F test istatistiği	
				%1	%5	%10		
Sabitli	CS	0,5	0,014	-3,993**	-4,456	-3,899	-3,598	10,566***
	EMPI	0,7	1,351	-6,930	-4,450	-3,899	-3,607	1,324
Sabitli ve Trendli	CS	0,3	0,014	-4,057	-4,803	-4,243	-3,951	7,714
	EMPI	2	1,322	-7,072	-4,616	-4,009	-3,679	1,311

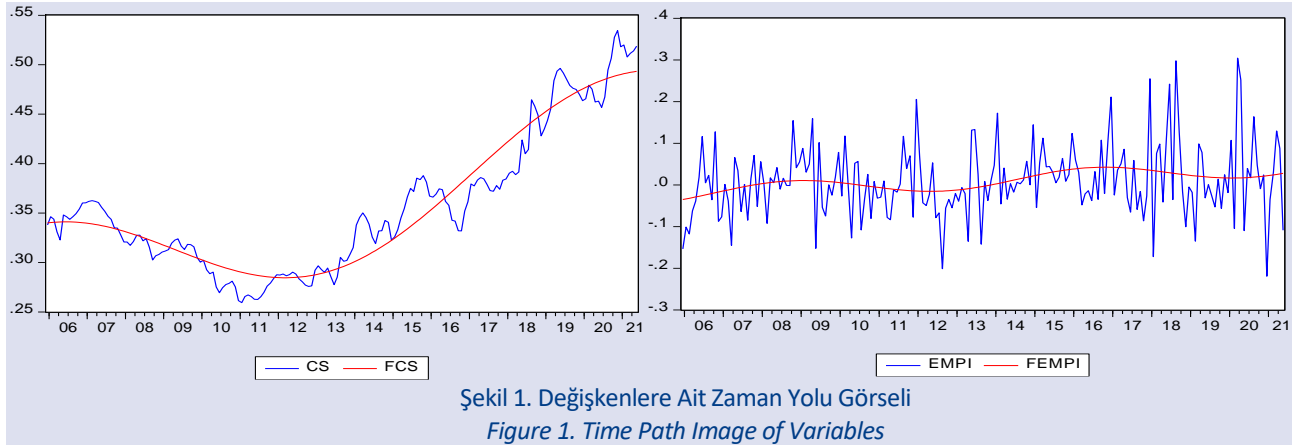
Not: *** ve ** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. F test istatistiği için kritik değerler %10, %5 ve %1 düzeyinde sabitli ve sabitli ve trendli modeller için sırasıyla 6,35, 7,58, 10,35 ve 7,78, 9,14, 12,21'dir. Bkz. Enders ve Lee (2012).

Çizelge 4. Kesirli Frekanslı Fourier Toda-Yamamoto Nedensellik Analiz Sonuçları

Table 4. Fractional Frequency Fourier Toda-Yamamoto Causality Analysis Results

H_0 Hipotezi	Uygun Gecikme	Frekans	Wald İst.	Asimptotik Olasılık Değ.	Bootstrap Olasılık Değ.
CS, EMPI'nin nedeni değildir	2	0,5	9,779	0,008***	0,007***
EMPI, CS'nin nedeni değildir	2	0,5	8,680	0,013**	0,013**

Not: *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir. 2000 bootstrap simülasyonu ile analizler gerçekleştirilmiştir.



Sonuç ve Politika Önerileri

Ulusal para birimi üzerindeki herhangi bir uzun süreli baskı durumu, özellikle dış şoklara karşı daha kırılgan olan az gelişmiş ülke ekonomileri için ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Herhangi bir olası krize karşı hızlı bir şekilde aksiyon olarak gerekli hamleleri yapabilmek için bu tür baskıların hem zamanını hem de yoğunluğunu bilmek büyük önem arz etmektedir. Son yıllarda birçok ülkenin esnek kur sistemini benimsemiş olmalarına rağmen merkez bankalarının döviz kuru piyasasına sıklıkla müdahale etmesi nedeniyle, fiili döviz kuru hareketleri döviz piyasası baskılarının boyutunu tam olarak yansıtamamaktadır.

Döviz krizinin bir göstergesi olarak kabul edilen döviz piyasası baskısı (Exchange Market Pressure, EMP) birçok bilimsel çalışmanın odak noktası olmuştur (Akram ve Byrne, 2015; Aizenman ve Binici, 2016; Patnaik ve ark., 2017; Soe ve Kakinaka, 2018; Ozcelebi, 2019). Ve söz konusu baskının ölçümlenebilmesi için merkez bankalarının müdahalelerini döviz kurları, faiz oranları ve uluslararası rezervlerdeki değişimlerden oluşan ağırlıklı bir endeks ile temsil eden döviz piyasası baskı endeksi (EMPI) (Eichengreen ve ark., 1995) esas alınmıştır. EMPI ile döviz kuru değişimlerinin gelecek dönemlerdeki etkileri hakkında daha kesin açıklamalar yapılabilmekte, döviz piyasası dinamiklerinin tespit edilebilmekte, döviz piyasasının mevcut durumunun ve döviz kurunun gelecekteki değerinin tahmin edilebilmektedir.

Diğer taraftan yabancı paranın hem ödeme aracı hem de değer saklama aracı şeklinde yoğun kullanımı olarak ifade edilen dolarizasyon olgusu az gelişmiş ekonomilerde zaman içerisinde büyük ilgi uyandırmıştır (Ortiz, 1983; Melvin, 1985; Reinhart ve ark., 2003). Ancak ülke ekonomilerinin zaman içerisindeki seyri incelendiğinde, dolarizasyonun bir ülkenin ekonomisine dünya pazarına artan entegrasyon ve yerel mali piyasaların gelişiminin hızlanması gibi faydalarının yanında yerel para biriminin kontrolünü zorlaştırarak etkin bir para politikasının izlenememesi ve ülkenin finansal krizlere karşı daha savunmasız hale gelmesi gibi zararlarının da olduğu görülmektedir.

Bu kapsamda bu çalışmada Türkiye’de 2005:12-2021:5 dönemi için aylık veriler kullanılarak Türkiye’de dolarizasyon ve döviz piyasası baskı endeksi arasındaki

nedensellik ilişkisi araştırılmaktadır. Bu amaçla yapısal değişimleri dikkate alan Fourier temelli testlerden faydalanılmıştır. Öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadıklarını sınamak adına kesirli frekanslı Fourier birim kök sınamaları gerçekleştirilmiş ve iki değişkenin de düzey durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Ardından kesirli frekanslı Fourier formunda olan nedensellik analiz sonucuna göre iki değişken arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisinin olduğu bulunmuştur.

Elde ettiğimiz sonuca paralellik gösteren çalışmalar da esas alındığında CS ve EMPI arasındaki çift yönlü nedensellik ilişkisi; dolarizasyonun yerel para biriminin kontrolü zayıflatarak para politikasının etkinliğini sınırlaması, finans veya döviz piyasası için bağımsız ve etkili politikaların kısıtlanması (Ize ve Yeyati, 2005) ve aşırı dolarizasyonun bir ülkeyi ekonomik krizlere karşı daha savunmasız hale getirmesi (De Nicolo, Honohan ve Ize 2005, Fischer, Lundgren ve Jahjah, 2013) ile açıklanabilmektedir. Ayrıca EMPI’deki artış ve azalışta, EMPI’nin bileşenlerini oluşturan döviz kurlarındaki ve döviz rezervlerindeki değişiklikler nedeni dolarizasyon düzeyi üzerinde etkiye sahip olmaktadır. EMPI’de bir artış döviz kurlarında artış ve/veya döviz rezervlerinde azalıştan kaynaklanacağı (ve tam tersi durum) için bu durum dolarizasyon düzeyi üzerinde etkili olacaktır. Ayrıca Feridun (2012)’in Türkiye’de borç dolarizasyonu ve döviz piyasası baskısını incelediği döviz piyasası baskısı ile dolarizasyon arasında uzun vadeli ilişki olduğu ve borç dolarizasyonun döviz piyasası baskısının Granger nedenseli olduğu sonucu da çalışmamızla örtüşmektedir.

Son olarak; dolarizasyon düzeyi yüksek olan ekonomilerde ulusal para birimi ve döviz rezervleri üzerindeki baskı fazla olacağından ekonomik birimlerin yerel para birimini ellerinde tutma teşviklerini artırmak için enflasyonun satın alma gücünü düşürmesinin önüne geçilerek fiyat istikrarının sağlanması, ekonomiye duyulan güvenin artırılması ve uzun vadeli perspektifte ekonomik ve finansal kurumların kalitesinin artırılması önem arz etmektedir. Ayrıca EMPI’nin etkin bir şekilde kullanılması, oluşabilecek döviz krizlerinin önceden tahmin edilerek zamanında önlem alınmasını ve döviz piyasası baskısı

altında yatan temel sebeplerin analiz edilmesini sağlayacak ve ekonominin dolarize olmasının önüne geçilecektir.

Extended Abstract

Given the vulnerability of emerging markets to financial crises and their devastating consequences, economists and policymakers have made it a priority to develop policies that can prevent such crises. With increased financial integration and the resulting international spillovers, the identification of diffusion channels and their consequences has become important for appropriate policy design.

Any prolonged pressure on the national currency can have serious consequences, especially for emerging economies that are prone to external shocks. In order to avoid any crisis, it is important for policymakers to know the timing and intensity of such pressures so they can investigate the underlying economic fundamentals and react proactively (Rao, 2013:102). In order to accurately determine the level of pressure on the national currency, especially in economies that follow the managed floating exchange rate system, the Exchange Market Pressure Index (EMPI) is used in the literature. The foreign exchange market pressure index (EMPI) is generally expressed as the weighted sum of changes in exchange rates, foreign exchange reserves and/or interest rates (Akram and Byrne 2015:43).

Due to the intervention of central banks in the foreign exchange market, actual exchange rate movements do not fully reflect the extent of foreign exchange market pressures. With EMPI, the magnitude of the imbalance in the foreign exchange market due to national and international excessive demand or local currency supply, which results in the appreciation and depreciation of the national currency, can be determined. In this context, EMPI can capture the effects of both exchange rate changes and the direct and indirect interventions of the central bank (Özçelebi 2019:498, Rao, 2013:102-103).

Based on the mentioned importance of EMPI, this study examines the relationship between EMPI and dollarization in Turkey. Dollarization phenomenon, which can be defined as the foreign exchange (or dollar) deposit rate in commercial banks exceeding 20% (Park and Soon, 2020:1). In the late 1990s, after the decline in inflation worldwide and the decrease in the incidence of sudden exchange rate movements, it started to attract significant attention due to the degree of the insistence of depositors in banks to keep foreign currency deposits despite low inflation, and caused concern for many central banks. In this context, rather than being a reflection of the erratic monetary conditions during high inflation, it has been seen that policymakers are faced with a permanent dual-currency banking phenomenon called dollarization (Honohan, 2006:1).

Increasing dollarization can be a sign of the increasing integration of a country's economy into the world market. It can provide various benefits, as well as cause undesirable effects on the economy and especially on exchange rates. In this context, in this study, the relationship between dollarization (CS) and the foreign

exchange market pressure index (Exchange Market Pressure Index, EMPI) in Turkey is examined using the data obtained from the official database of the Central Bank of the Republic of Turkey for the period 2005:12-2021:5.

For the dollarization variable, the ratio of foreign currency deposit accounts to the M2 money supply is taken as a basis. Foreign currency deposit accounts consist of foreign currency held by real and legal persons residing in Turkey and real and legal persons residing abroad with the Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) and banks. In this context, the ratio of foreign currency deposit accounts to M2 money supply clearly reveals the level of dollarization in the country. The EMPI index, on the other hand, consists of the weighted sum of the changes in the Nominal Exchange Rate (USD/Turkish Lira) and the CBRT's gross foreign exchange reserves (Million USD) in parallel with the studies in the literature. The monthly data of the said variables were obtained from the CBRT official database.

In the study, firstly, the degree of integration of the two variables was investigated. For this purpose, Christopoulos and Leon-Ledesma (2011) and Bozoklu et al. (2020) Fourier-based unit root analyzes were performed. Then, for the two variables that are stationary at the level, Pata and Yilanci (2020) suggested and Nazlıoğlu et al. The FFFF-TY test, which is the fractional frequency version of the (2016) test, was applied.

According to Christopoulos and Leon-Ledesma (2011) unit root analysis results, it is seen that the Fourier terms for the variable are significant and according to the calculated test statistics, the basic hypothesis is rejected and the series is stationary, that is, $I(0)$. According to the unit root test results of the variable, the traditional ADF test was reported because the Fourier terms were not significant, and according to these results, it is seen that this variable is $I(0)$. Bozoklu et al. According to the (2020) fractional frequency Fourier unit root test results, it is seen that the two variables are stationary at the level. In addition, it is seen that the Fourier terms of the EMPI variable are not significant again. According to the FFFF-TY fractional frequency Fourier Toda-Yamamoto causality analysis results, it is seen that the causality relationship is present and bidirectional. In addition, it is concluded that the appropriate frequency value for the two causality hypotheses is 0.5 and fractional, thus capturing permanent structural breaks.

Bidirectional causality relationship between CS and EMPI; dollarization weakens the control of the local currency and limits the effectiveness of the monetary policy, restricts independent and effective policies for finance or foreign exchange market (Ize and Yeyati, 2005). In addition, the increase and decrease in EMPI, the changes in exchange rates and foreign exchange reserves, which are the components of EMPI, have an effect on the dollarization level. This will have an impact on the

dollarization level, as an increase in EMPI will result from an increase in exchange rates and/or a decrease in foreign exchange reserves (and vice versa). In addition, the conclusion that Feridun (2012) examines debt dollarization and foreign exchange market pressure in Turkey, that there is a long-term relationship between foreign exchange market pressure and dollarization, and that debt dollarization is Granger causal of foreign exchange market pressure also overlaps with our study.

Since the pressure on the national currency and foreign exchange reserves will be high in economies with high dollarization levels, in order to increase the incentives of economic units to hold the local currency, ensuring price stability by preventing inflation from reducing purchasing power, increasing confidence in the economy and increasing the quality of economic and financial institutions in a long-term perspective is important. In addition, the effective use of EMPI will enable timely measures to be taken by predicting currency crises that may occur. The analysis of the main reasons underlying the foreign exchange market pressure and the dollarization of the economy will be prevented.

Kaynaklar

- Akram, G.M., Byrne, J.P. (2015). Foreign Exchange Market Pressure and Capital Controls. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 37: 42-53.
- Aizenman, J., Binici, M. (2016). Exchange Market Pressure in OECD and Emerging Economies: Domestic vs. External Factors and Capital Flows in the Old and New Normal. *Journal of International Money and Finance*, 66: 65-87.
- Bahmani-Oskooee, M., Bernstein, D.J. (1999). Exchange Market Pressure During the Current Managed Float. *Applied Economics Letters*, 6(9): 585-588.
- Becker, R., Enders, W., Lee, J. (2006). A Stationary Test in the Presence of an Unknown Number of Smooth Breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3): 381-409.
- Bennett, M.A., Borensztein, M.E., Baliño, M.T.J. (1999). Monetary Policy in Dollarized Economies. *International Monetary Fund*.
- Bozoklu, S., Yilanci, V., Gorus, M.S. (2020). Persistence in per Capita Energy Consumption: A Fractional Integration Approach with a Fourier Function. *Energy Economics*, 91: 104926.
- Burdekin, R.C., Burkett, P. (1990). A Re-Examination of the Monetary Model of Exchange Market Pressure: Canada, 1963-1988. *The Review of Economics and Statistics*, 677-681.
- Caruana, J., (2012). International Monetary Policy Interactions: Challenges and Prospects, *Speech to the CEMLA-SEACEN Conference*, 16 November.
- Christopoulos, D.K., León-Ledesma, M.A. (2010). Smooth Breaks and Non-Linear Mean Reversion: Post-Bretton Woods Real Exchange Rates. *Journal of International Money and Finance*, 29(6): 1076-1093.
- Christopoulos, D.K., Leon-Ledesma, M.A. (2011). International Output Convergence, Breaks, and Asymmetric Adjustment. *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 15(3).
- Connolly, M., Da Silveira, J.D. (1979). Exchange Market Pressure in Postwar Brazil: An Application of the Girton-Roper Monetary Model. *The American Economic Review*, 69(3): 448-454.
- De Nicoló, G., Honohan, P., Ize, A. (2005). Dollarization of Bank Deposits: Causes and Consequences. *Journal of banking and finance*, 29(7): 1697-1727.
- Eichengreen, B., Rose, A.K., Wyplosz, C. (1995). Exchange Market Mayhem: The Antecedents and Aftermath of Speculative Attacks. *Economic policy*, 10(21): 249-312.
- Enders, W., Lee, J. (2004). Testing for a Unit Root with a Nonlinear Fourier Function. In *Econometric Society 2004 Far Eastern Meetings* (Vol: 457).
- Enders, W., Lee, J. (2012). A Unit Root Test Using a Fourier Series to Approximate Smooth Breaks. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 74(4): 574-599.
- Enders, W., Jones, P. (2016). Grain Prices, Oil Prices and Multiple Smooth Breaks in a VAR. *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 20(4): 399-419.
- Feridun, M. (2012). Liability Dollarization, Exchange Market Pressure and Fear of Floating: Empirical Evidence for Turkey. *Applied Economics*, 44(8): 1041-1056.
- Fischer, M.F., Lundgren, C.J., Jahjah, M.S. (2013). Making Monetary Policy More Affective: The case of the Democratic Republic of the Congo. *International Monetary Fund*.
- Girton, L., Roper, D. (1977). A Monetary Model of Exchange Market Pressure Applied to the Postwar Canadian Experience. *The American Economic Review*, 67(4): 537-548.
- Honig, A. (2009). Dollarization, Exchange Rate Regimes and Government Quality. *Journal of International Money and Finance*, 28(2): 198-214.
- Honohan, P. (2007). Dollarization and Exchange Rate Fluctuations. *IIIS Discussion Paper No. 201*.
- Ize, A., Yeyati, E. (2005). Financial Dollarization: Is it for real? *IMF Working Paper*, No. 187.
- Kaminsky, G.L., Reinhart, C.M. (1999). The Twin Crises: The Causes of Banking and Balance of Payments Problems. *American Economic Review*, 89(3): 473-500.
- Kim, I. (1985). Exchange Market Pressure in Korea: An Application of the Girton-Roper Monetary Model: note. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17(2): 258-263.
- Kokenyne, A., Ley, J., Veyrune, R. (2010). De-dollarization. *IMF Working Paper*, No: 188.
- Melvin, M. (1985). The Choice of an Exchange Rate System and Macroeconomic Stability. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17(4): 467-478.
- Mohanty, M.S. (2014). The Transmission of Unconventional Monetary Policy to the Emerging Markets- An Overview. *BIS Paper*, (78a).
- Nazlioglu, S., Gormus, N.A., Soytaş, U. (2016). Oil Prices and Real Estate Investment Trusts (REITs): Gradual-Shift Causality and Volatility Transmission Analysis. *Energy Economics*, 60: 168-175.
- Omay, T. (2015). Fractional Frequency Flexible Fourier form to Approximate Smooth Breaks in Unit Root Testing. *Econ. Letters*. (134): 123-126.
- Ortiz, G. (1983). Currency Substitution in Mexico: The Dollarization Problem. *Journal of Money, Credit and Banking*, 15(2): 174-185.
- Ozcebe, O. (2019). Assessment of Asymmetric Effects on Exchange Market Pressure: Empirical Evidence from Emerging Countries. *The North American Journal of Economics and Finance*, 48: 498-513.
- Park, H., Son, J.C. (2020). Dollarization, Inflation and Foreign Exchange Markets: A Cross-Country Analysis. *International Journal of Finance & Economics*.

33. Pata, U.K., Yilanci, V. (2020). Financial Development, Globalization and Ecological Footprint in G7: Further Evidence from Threshold Cointegration and Fractional Frequency Causality tests. *Environmental and Ecological Statistics*, 27(4): 803-825.
34. Patnaik, I., Felman, J., Shah, A. (2017). An Exchange Market Pressure Measure for Cross Country Analysis. *Journal of International Money and Finance*, 73: 62-77.
35. Pinshi, C.P. (2021). Dollarization and Foreign Exchange Reserve: Debate on the Effectiveness of Monetary Policy in Democratic Republic of Congo. *Journal of Applied Economic Sciences (JAES)*, 16(72): 222-227.
36. Perron, P. (1989). The Great Crash, the Oil Price Shock and the Unit Root Hypothesis. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1361-1401.
37. Pontines, V., Siregar, R. (2007). The Yen, the US dollar, and the Trade Weighted Basket of Currencies: Does the Choice of Anchor Currencies Matter in Identifying Incidences of Speculative attacks? *Japan and the World Economy*, 19(2): 214-235.
38. Rao, N.H. (2013). Reconsidering Exchange Market Pressure Index in Pakistan. *SBP Research Bulletin*, 9(1): 102-112.
39. Reinhart, C., Rogoff, K., Savastano, M. (2003). Addicted to Dollars", *NBER Working Paper*, 10015.
40. Rennhack, R., Nozaki, M. (2006). Financial Dollarization in Latin America. In *Financial Dollarization*, (pp.: 64-96). Palgrave Macmillan, London.
41. Roper, D.E., Turnovsky, S.J. (1980). Optimal Exchange Market Intervention in a Simple Stochastic Macro Model. *Canadian Journal of Economics*, 296-309.
42. Soe, T.T., Kakinaka, M. (2018). Inflation Targeting and Exchange Market Pressure in Developing Economies: Some International Evidence. *Finance Research Letters*, 24: 263-272.
43. Takáts, E., Vela, A. (2014). International Monetary Policy Transmission. *BIS paper*, (78b).
44. Thornton, J. (1995). Exchange Market Pressure in Costa Rica, 1986–92: An Application of the Girton-Roper model. *International Economic Journal*, 9(1): 67-72.
45. Toda, H.Y., Yamamoto, T. (1995). Statistical Inference in Vector Auto Regressions with Possibly Integrated Processes. *Journal of Econometrics*, 66: 225-250.
46. Weymark, D.N. (1995). Estimating Exchange Market Pressure and the Degree of Exchange Market Intervention for Canada. *Journal of International Economics*, 39(3-4): 273-295.



The Impact of the Covid-19 Epidemic on Health Literacy: A Field Study

Yılmaz Daşlı^{1,a,*}, Alparslan Bakırer^{2,b}, Abdullah Mısırlıoğlu^{3,c}

¹Department of Health Management, Faculty of Health Sciences, Sivas Cumhuriyet University

²Institute of Social Sciences, Head of Health Institutions USA, Sivas Cumhuriyet University

³Department of Medical Services and Techniques, Vocational School of Health Services, Sivas Cumhuriyet University

*Corresponding author

Research Article

History

Received: 08/02/2022

Accepted: 07/03/2022

ABSTRACT

Human behavior in pandemics changes under the influence of many factors and causes various social consequences. Countries make interventions that affect public life in order to create the right health behaviors during pandemic periods. Society's response to these interventions is closely related to the level of health literacy. This study was conducted to examine the effect of the Covid-19 pandemic on the level of health literacy and the demographic dimensions of this effect. The research was applied to the participants aged 18 and over in the Sivas universe using the digital survey technique in the Whatsapp and Telegram sample. The sample of the study consisted of 633 people, and the selection was made with the stratified sampling method. Considering the findings obtained within the scope of the research, the average age of 633 individuals participating in the study was found to be 35.72 ± 10.03 years. When the vaccination status is examined by education level, 64.72% of the vaccinated individuals are associate degree/undergraduate, 21.69% graduate/doctorate, 11.70% high school, 1.72% primary school, and 0.17% is literate. Although it was understood that 54.5% of the participant individuals did not have Covid-19 Disease and 45.5% had this disease, it was seen that 91.8% of them had the Covid-19 Vaccine and only 8.2% did not have the vaccine. As a result of the research, the health literacy score was found to be 32.00 (limited-problematic category). In the study, it was found that women understand health-related information better than men, reading books/newspapers/magazines has a 1.5% effect on health literacy, and the level of education and preference for health organizations has a 5.3% effect. The proportion of those who had the disease in the unvaccinated was found 56%, and in the vaccinated people was found 45%. However, there was no significant difference between the health literacy score and the groups in the cases of passing the disease and being vaccinated.

Keywords: Covid-19 pandemic, Health literacy, Infodemic and pandemic

Covid-19 Salgınının Sağlık Okuryazarlığı Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması

Süreç

Gelis: 08/02/2022

Kabul: 07/03/2022

Öz

Pandemilerde insan davranışları birçok faktörün etkisiyle değişmekte ve çeşitli toplumsal sonuçlara neden olmaktadır. Ülkeler, pandemi dönemlerinde doğru sağlık davranışları oluşturmak için toplumsal hayatı etkileyen müdahalelerde bulunur. Toplumun bu müdahalelere verdiği tepki sağlık okuryazarlığı düzeyi ile yakından ilişkilidir. Bu çalışma, Covid-19 pandemisinin sağlık okuryazarlığı düzeyine etkisini ve bu etkinin demografik boyutlarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma, Sivas evreninde 18 yaş ve üzeri katılımcılara Whatsapp ve Telegram örnekleminde dijital anket tekniği ile uygulanmıştır. Araştırmada örneklemi 633 kişiden oluşmakta olup tabakalı örnekleme yöntemi ile seçim yapılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara bakıldığında çalışmaya katılan 633 bireyin yaş ortalaması $35,72 \pm 10,03$ yıl olarak bulunmuştur. Eğitim düzeylerine göre aşı durumu incelendiğinde aşıli bireylerin %64,72'si ön lisans/lisans, %21,69'u yüksek lisans/doktora, %11,70'i lise, %1,72'si ilköğretim ve %0,17'si okuryazardır. Katılımcı bireylerin %54,5'inin Covid-19 Hastalığı geçirmediği, %45,5'inin ise bu hastalığı geçirdiği anlaşılmakla birlikte, %91,8'inin Covid-19 Aşısı olduğu, sadece %8,2'lik kesimin aşı yaptırmadığı görülmüştür. Araştırma sonucunda sağlık okuryazarlığı puanı 32,00 (sınırlı-sorunlu kategori) olarak bulunmuştur. Araştırmada, kadınların erkeklere göre sağlıklı ilgili bilgiyi daha iyi anladığı, kitap/gazete/dergi okumanın sağlık okuryazarlığı üzerinde %1,5, eğitim düzeyi ve sağlık kuruluşları tercihinin ise %5,3 düzeyinde bir etkiye neden olduğu bulunmuştur. Aşısızlarda hastalığı geçirenlerin oranı %56, aşılarında %45 olarak bulunmuş, ancak sağlık okuryazarlığı puanı ile hastalığı geçirme ve aşılama durumlarında gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Copyright

This work is licensed under
Creative Commons Attribution 4.0
International License

Anahtar Kelimeler: Covid-19 pandemisi, Sağlık okuryazarlığı, Infodemi ve pandemic

^a ydasli@cumhuriyet.edu.tr

^b https://orcid.org/0000-0001-6569-1103

^c 20209356007@cumhuriyet.edu.tr

^d https://orcid.org/0000-0001-9987-6448

^e misirlioglu@cumhuriyet.edu.tr

^f https://orcid.org/0000-0001-9987-6448

How to Cite: Daşlı, Y., Bakırer, A., Mısırlıoğlu A. (2022) The Impact of the Covid-19 Epidemic on Health Literacy: A Field Study, Journal of Economics and Administrative Sciences, 23(2): 585-597

Giriş

İlk ortaya çıktığı 1 Aralık 2019 tarihinden itibaren iki yıl geçmesine rağmen Covid-19 tüm dünya için halen büyük bir tehdittir. Salgınların tüm aşamaları belirsizliklerle doludur. Bu belirsizlik durumu insanları olduğu gibi ülkeleri de kaygılandırmakta ve onları radikal önlemler almaya itmektedir. Pandemi ile geçen iki yılda salgın, kendisini ciddiye almayan ülkelere büyük bedeller ödettirmiş ve bunun sadece ülkeler ile sınırlı olmadığını, küresel bir sorumluluk gerektirdiğini hatırlatmıştır. Küresel ve dinamik bir salgınla mücadele, karmaşık ve zor bir yönetim süreci gerektirir. Bu mücadelede; demokrasi, insan hakları ve uluslararası ilişkiler gibi meselelerde dikkatli davranmak, ülkenin ekonomik ve sosyokültürel yapısının gerektirdiği mücadele önlemlerini radikal bir biçimde uygulamak gerekirken pandemiler karşısında insanların verdiği tepkileri ve bu tepkilere neden olan faktörleri anlamak önemlidir.

“Pandemilerle mücadelede, yalnızca tıbbi yola güvenmekten ziyade vatandaşların davranışlarını değiştirerek daha fazlasını elde etmek mümkündür. Mevcut COVID-19 pandemisinde, salgını kontrol altına alma ve yeni enfeksiyon rakamlarını geri itme mücadelesi, nihayetinde vatandaşları ikincil bulaşma zincirleri oluşturmaktan nasıl kaçınacakları konusunda eğiterek kazanılacaktır. COVID-19 salgını, bireysel davranış ile grup riski arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır. Bu nedenle, bir ülkenin tüm nüfusunun tüm sosyal katmanlarının toplu eğitimi, pandemiye hafifletmede kritik öneme sahiptir” (Lopes ve McKay, 2020:1).

Bu noktada sağlık okuryazarlığının önemi ortaya çıkmaktadır. Sağlık okuryazarlığı düzeyinin düşüklüğü, sağlık hizmetlerine erişme ve kullanma, verilen tıbbi tavsiyeleri anlama ve uygulama yetersizliği gibi birçok sorunu beraberinde getirmesinin yanı sıra pandemi karşısında yanlış sağlık davranışlarının gelişmesinde ve toplumda yanlış tepkilerin oluşumunda çok önemli bir role sahiptir. Zaten yetersiz olan sağlık okuryazarlığı düzeyine pandemi dönemlerinde pik yapan infodemi de eklenince pandeminin verdiği zarar katlanarak büyümektedir. Dünya Sağlık Örgütü Direktörü Tedros Adhanom Ghebreyesus 15 Şubat'ta Münih'teki Güvenlik Konferansında sadece bir salgınla değil aynı zamanda “infodemi” ile savaş halindeyiz sözleriyle dikkatleri infodemi kavramına yöneltmiştir (Ergen, 2020).

Bugüne kadar yapılan akademik çalışmalar, insanların sağlık okuryazarlığı düzeyleri ile infodemi ve pandemiye verdikleri tepkilerin ilişkisi bağlamında yetersiz kalmaktadır. Bu araştırmanın literatüre katkısı pandemilerde sağlık okuryazarlığının önemi ve farkındalığın artırılması ile Covid-19 pandemisinde net olarak ortaya çıkan koruyucu sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi ve infodemiye karşı etkin müdahalelerin gerektiği noktasında olacaktır.

Sağlık Okuryazarlığının Tanımları

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 1998 yılında yayınladığı *Sağlığı Geliştirme Sözlüğü* (Health Promotion Glossary) raporunda sağlık okuryazarlığını “Bireylerin, sağlığı geliştirecek ve sürdürececek şekillerde bilgiyi anlama ve kullanma motivasyonunu ve yeteneğini belirleyen bilişsel

ve sosyal beceriler” (DSÖ, 1998) olarak tanımlamıştır. Ancak sağlık okuryazarlığı terimi ilk kez 1974 yılında S. K. Simonds tarafından Bir Sosyal Politika Olarak Sağlık Okuryazarlığı (Health Education as Social Policy) adlı makalede kaleme alınmıştır (Gör ve Utma, 2019:226).

Literatürde en sık kullanılan sağlık okuryazarlığı tanımları Çizelge (Çizelge 1) halinde verilmiştir (Sørensen ve ark., 2012:4):

Avrupa Sağlık Okuryazarlığı Araştırma Konsorsiyumu (HLS-EU) Avrupa Sağlık Okuryazarlığı Projesi kapsamında yapılan bu çalışmada 1970 yılından bu yana 170 makalede yer alan sağlık okuryazarlığı tanımları içerik analizi ile incelenerek şu tanım oluşturulmuştur: “Sağlık okuryazarlığı okuryazarlıkla bağlantılıdır ve insanların günlük yaşamda sağlık bakımı, hastalıkların önlenmesi ve sağlığın teşviki ve geliştirilmesi ile ilgili yargılarda bulunmak ve kararlar almak, hayat boyunca yaşam kalitesini korumak için sağlık bilgilerine erişme, anlama, değerlendirme ve uygulama konusundaki bilgi, motivasyon ve yeterliliklerini içerir” (Sørensen ve ark., 2012:3).

Sağlık Okuryazarlığı Boyutları ve TSOY-32 Ölçeği

HLS-EU çalışmasında sorular kavramsal çerçeveye dayanan bir matris yardımıyla geliştirilmiştir. Bu matris sağlık okuryazarlığını üç boyut ve dört süreç olmak üzere toplam on iki bileşenle değerlendirmektedir. Boyutlar, Tedavi ve Hizmet Boyutu, Hastalıklardan Korunma Boyutu ile Sağlığın Geliştirilmesi Boyutudur. Süreçler ise, Bilgiyi Anlama, Bilgiyi Kullanma, Bilgiyi Değerlendirme ve Bilgiyi Kullanma/Uygulama olarak tanımlanmıştır (Okyay ve Abacıgil, 2016:19).

Bu boyutların üzerinde 2012 yılında oluşturulan Avrupa Sağlık Okuryazarlığı Anketi “The European Health Literacy Survey (HLS-EU)” Sağlık Bakanlığı tarafından 2016 yılında Türkçe’ye uyarlanarak gerekli çalışmalar yapılmış, 47 soru 32 soruya indirilerek Hastalıklardan Korunma ve Sağlığın Geliştirilmesi boyutları birleştirilmiş ve bu çalışma sonucunda Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği (TSOY-32) ortaya çıkmıştır.

Pandemilerde Sağlık Okuryazarlığı

Salgınların beraberinde getirdiği belirsizlik insan davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Politika geliştiricilerin salgınlar karşısındaki yetersiz aktiviteleri de bu belirsizlikten kaynaklanmaktadır. Hükümetler tarafından pandemi dönemlerinde geliştirilen politikaların işlevsel olabilmesi için halkın sağlık okuryazarlığı düzeyinin hesaba katılması ve kararların bu düzey doğrultusunda alınması gereklidir. İki yıldır devam eden, düzensiz karakterli, yaşamın tüm boyutlarını etkileyen ve yıkıcı sonuçları olan Covid-19 pandemisi karşısında çoğu ülkelerin salgın karşısındaki çaresizlik ve acemilikleri sağlık okuryazarlığı ve infodemi kavramlarının önemine işaret etmektedir.

Pandemi dönemlerinde hükümetlerin yanı sıra bireylere de önemli görevler düşmektedir. Bireyler; öncelikle salgını ciddiye almalı, toplumsal sorumluluklarını bilmeli ve yetkili merciler tarafından getirilen çeşitli

uygulamalara ve kısıtlamalara uymalıdır. Pandemilerde uygulama ve kısıtlamalara halkın verdiği tepkiler birlikte yaşama kültürü ile orantılı bir mesafede ilerler. Özellikle ABD gibi sağlık sistemleri sorunlu, sağlık alt yapısı yetersiz ve hizmet sunumu eşit olmayan ülkelerde dezavantajlı ve savunmasız grupların fazlalığı, sosyal sınıflar arasındaki gelir uçurumu gibi birçok nedenle sosyal patlama her an kapıdadır. Çünkü sağlıkla gelir düzeyi arasında yüksek bir korelasyon bulunmaktadır.

COVID-19 salgını sırasında insanların, özellikle de yeterli sağlık okuryazarlığı düzeyine sahip olmayanların, kendi ve ilgilendikleri kişilerin sağlık bilgilerine erişme, analiz etme ve uygulama konusunda yeterli imkana sahip olmaları önemlidir. Bu nedenle, sağlık okuryazarlığı, mevcut pandemiyi ve gelecekteki potansiyel salgınları azaltmak ve kontrol altına almak için sosyal sorumluluk ve sağlamlığın temel bir unsurudur ve hem bilgi alıcıları hem de sağlayıcılar için işlevsel bir araç olarak kullanılabilir (Köksal, 2021:48).

Sınırlı-sorunlu sağlık okuryazarlığı düzeyinin yüksekliği gelişmiş ülkelerde dahi görülen bir sorundur. Bir ülke ne kadar gelişmiş ve sağlık hizmetlerine erişim ne kadar kolay olursa olsun, bireylerin kendi sağlıklarını korumaya yönelik

davranışları ve farkındalıkları yani sağlık okuryazarlığı gelişmediği sürece pandemilerle başa çıkmak kolay olmayacaktır.

"Bulgular, müdahale çalışmalarının belirli demografik gruplara ve pandemik hastalığa yönelik algılanan tehdit seviyelerini yükseltmeye ve buna karşı korunmak için tasarlanan önlemlerin etkinliğine olan inancına odaklanması gerektiğini göstermektedir. Bu müdahale çalışmalarında da sağlık okuryazarlığı düzeyi ve buna uygun iletişim stratejileri, salgın kontrolünde öncelik verilmesi gereken konulardandır" (Özkan vd., 2020:109).

Ülkemizde sosyal medya aracılığı ile yayılan bu iddiaların benzerleri tüm dünyada görülebilmektedir. Bu iddialar kültür düzeyine göre farklılık göstermekle birlikte politika geliştiricilerin salgınla mücadelesini aksatmaktadır. Örneğin, "İtalyan Başbakanlığının resmî açıklamasından birkaç saat önce CNN Televizyonu tarafından Lombardiya bölgesinin kapatılacağı tahmininin yayınlanması neticesinde Lombardiya'dan güney bölgelere kaçmak için trenleri ve havaalanlarını aşırı kalabalık hale getiren insanlar neticesinde salgınların kontrol altına alınması zorlaşmış ve potansiyel olarak bulaşıcılık artmıştır" (Cinelli ve ark., 2020).

Çizelge 1. Sağlık Okuryazarlığı Tanımları
Table 1. Definitions of Health Literacy

Don Nutbeam (2000)	"Bireylerin, sağlığı geliştirmek ve sürdürmek için bilgiye erişme, bilgiyi anlama ve kullanma yeteneğini belirleyen kişisel, bilişsel ve sosyal beceriler"
Amerikan Tıp Enstitüsü (2004)	"Bireylerin uygun sağlık kararları vermek için gerekli olan temel sağlık bilgilerini ve hizmetlerini edinme, işleme ve anlama kapasitesi"
Kickbusch, Bekle ve Maag (2005)	"Evde, toplumda, işyerinde, sağlık sisteminde, piyasada ve siyasi arenada günlük yaşam bağlamında sağlıklı sağlık kararları verme yeteneği. İnsanların sağlıkları üzerindeki kontrolü, bilgi arama yetenekleri ve sorumluluk alma yetenekleri"
Zarcadoolas, Pleasant & Greer (2003, 2005, 2006)	"İnsanların bilinçli seçimler yapmak, sağlık risklerini azaltmak ve yaşam kalitesini artırmak için sağlık bilgilerini ve kavramlarını aramak, anlamak, değerlendirmek ve kullanmak için geliştirdikleri geniş beceri ve yeterlilikler yelpazesi"
Paasche-Orlow ve Wolf (2006)	"Bireyin sağlıkla ilgili kararlar almak için gerekli becerilere sahip olması, bu da sağlık okuryazarlığının her zaman yerine getirilmesi gereken belirli görevler bağlamında incelenmesi gerektiği anlamına gelir. Sağlık okuryazarlığının bağlamsal olarak değerlendirilmesinin önemi vurgulanmalıdır"
AB Komisyonu (2007)	"Sağlıklı yargılar oluşturmak için sağlık bilgilerini okuma, filtreleme ve anlama yeteneği"
Pavlekoviç (2008)	"Temel sağlık bilgilerini ve hizmetlerini edinme, yorumlama ve anlama kapasitesi ve bu bilgileri sağlığı geliştirmek için kullanma yetkinliği"
Rootman & Gordon-Elbihbety (2008)	"Yaşam boyunca çeşitli ortamlarda sağlığı geliştirmenin, sürdürmenin ve iyileştirmenin bir yolu olarak bilgiye erişme, anlama, değerlendirme ve iletme yeteneği"
Ishikawa ve Yano (2008)	"Sağlık sistemi ile etkileşimlerle ilgili bilgi, beceri ve yetenekler"
Mancuso (2008)	"Kişinin yaşamı boyunca gelişen ve kapasite, kavrayış ve iletişim özelliklerini kapsayan bir süreç. Sağlık okuryazarlığının nitelikleri, sağlık okuryazarlığını elde etmek için gereken yetkinlikler içinde yerleşik olan beceriler, stratejiler ve yeteneklerle bütünleştirilir ve ondan önce gelir"
Avustralya İstatistik Bürosu (2008)	"Uyuşturucu ve alkol, hastalık önleme ve tedavi, güvenlik ve kaza önleme, ilk yardım, acil durumlar ve sağlıklı kalma gibi sağlık konularıyla ilgili bilgileri anlamak ve kullanmak için gerekli bilgi ve beceriler"
Yost ve ark. (2009)	"Bireylerin sağlıkla ilgili basılı materyalleri okuma ve anlama, grafik biçiminde (Çizelgeler, grafikler ve çizelgeler) sunulan bilgileri tanımlama ve yorumlama ve uygun sağlık ve bakım kararlarını vermek için aritmetik işlemleri gerçekleştirme kapasitesine sahip olma derecesi"

Çizelge 2. Araştırmaya Ait Bulgular

Table 2. Findings of the Study

Cinsiyet	Sayı (n=633)	%	Okuma Durumu	Sayı (n=633)	%
Kadın	395	62,4	Hiç Okumayan	39	6,2
Erkek	238	37,6	Az Okuyan	103	16,3
Yaş			Ortalama Düzeyde Okuyan	210	33,2
18-35	306	48,3	İyi Düzeyde Okuyan	140	22,1
36-52	293	46,3	Çok Okuyan	141	22,3
53+	34	5,6	Aile Hekimini Tanıma		
Meslek			Evet	553	87,4
Çalışmıyor	7	1,1	Hayır	80	12,6
Emekli	14	2,2	Aile Hekimini Ziyaret		
Ev Hanımı	44	7	Hiç Gitmeyen	190	30
İşçi	129	20,4	1-4 Kez	362	57,2
Memur	351	55,5	5-9 Kez	64	10,1
Öğrenci	54	8,5	10-14 Kez	11	1,7
Serbest Meslek	34	5,4	15-19 Kez	2	0,3
Gelir Düzeyi			20 ve Üzeri	4	0,6
Asgari Ücret	89	14,1	Sağlık Kuruluşu Tercihi		
3.000 – 5.000 TL	196	31	Aile Hekimi	98	15,5
5.000 – 10.000 TL	300	47,4	Devlet Hastanesi	296	46,8
10.000 – 20.000 TL	44	7	Üniversite veya Eğitim Araştırma Hastanesi	99	15,6
20.000 TL ve Üzeri	4	0,6	Özel Hastane	138	21,8
Eğitim Düzeyi			Muayenehane	2	0,3
Okuryazar	1	0,2	En Fazla Başvuru Nedeni		
İlk Öğretim	11	1,7	Koruyucu Sağlık Hizmeti Almak	120	19
Ön Lisans / Lisans	410	64,8	İlaç Yazdırmak	130	20,5
Yüksek Lisans / Doktora	133	21	Kronik Hastalıkların Takibi	83	13,1
Aile Tipi			Acil Durumlar	249	39,3
Tek Başına	52	8,2	Diğer	51	8,1
Çekirdek Aile	553	87,4	Hasta Olduğunda İlk Olarak		
Geniş Aile	28	4,4	Doktora Gidenler	223	35,2
Egzersiz Yapma Durumu			Evdeki İlaçları Kullananlar	147	23,2
Hayır	338	53,4	Çevresindekilere Danışanlar	17	2,7
Yürüyüş	199	31,4	Eczaneye Danışanlar	143	22,6
Yüzme	8	1,3	Bir şey Yapmayanlar	59	9,3
Toplu Sporlar	12	1,9	Diğer	37	5,8
Spor Salonunda Egzersiz	42	6,6	Sağlık Bilgisi İhtiyacı Olduğunda İlk Kaynak		
Diğer	34	5,4	Televizyon	2	0,3
Kronik Hastalık Durumu			İnternet	310	49
Yok	492	77,7	Doktor	283	44,7
Var	141	22,3	Hemşire	17	2,7
Covid-19 Geçirme Durumu			Eczacı	13	2,1
Evet	288	45,5	Diğer Sağlık Çalışanı	7	1,1
Hayır	345	54,5	Diğer	1	0,02
Covid-19 Geçiren Yakını			Hastalıkla İlgili İkinci Bir Görüş İsteği		
Yok	278	43,9	Evet	495	78,2
Var	355	56,1	Hayır	138	21,8
Covid-19 Aşısı			İkinci Bir Görüş İsteği Sebebi Olarak		
Olmayan	52	8,2	Doktoru Anlamama	33	5,2
1 Doz Olan	22	3,5	Doktorun Yeterince Bilgi Vermemesi	93	14,7
2 Doz Olan	334	52,8	Doktora Güven Duymama	22	3,5
3 Doz Olan	177	28	Konulan Teşhisi İkinci Bir Doktora Onaylatma	333	52,6
4 Doz ve Üzeri Olan	48	7,6	Diğer	14	2,2

Almanya'da 16 yaş ve üzeri katılımcılardan oluşan bir kesitsel temsili çalışma, çevrimiçi bir anket kullanılarak yapılmış, bu çalışmada sağlık okuryazarlığı düşük olanlar arasında koronavirüs bilgileriyle ilgili kafa karışıklığı önemli ölçüde daha yüksek çıkmıştır. "Bu, bilgi salgınları sırasında

bilgi ortamlarında daha iyi gezinme, dezenformasyonun belirlenmesi ve güvenilir bilgilere dayalı karar verme için hedeflenen halkı bilgilendirme kampanyaları ve nüfusa dayalı sağlık okuryazarlığının teşvik edilmesini gerektirdiği sonucuna ulaşılmıştır" (Okan ve ark., 2020:1).

Sağlık okuryazarlığı, Covid-19 ile ilgili güvenilir bilgiler ile yanlış bilgiler arasında ayırım yapmayı kolaylaştırabilir, sağlık bilgileri ve sağlık hizmetleri kaynaklarında gezinmeye yardımcı olur ve sağlık okuryazarlığı, insanları bilinçli sağlık kararları alma ve sağlıklı ve koruyucu davranışlar uygulama konusunda güçlendirir. Bununla birlikte, sağlık okuryazarlığı ilişkisel bir kavramdır ve sistem düzeyinde sağlık okuryazarlığı, bilgi ve hizmet sağlayıcıların sağlık okuryazarlığı, bireylerin sağlık okuryazarlığı kadar önemlidir (Okan ve ark., 2020:2).

Yöntem

Araştırmanın Tipi

Araştırma Sivas İlinde 18 yaş ve üzeri katılımcı profili olan Whatsapp ve Telegram platformlarından yararlanılarak dijital anket tekniği ile yapılmıştır. Araştırmada anket formunda “yaşadığı yer” Sivas şehrini seçenler örnekleme alınmış farklı şehirleri seçen 96 kişi örnekleme dahil edilmemiştir. Örneklem tabakalı örnekleme yöntemi ile belirlenmiş, tanımlayıcı ve kesitsel tipte bir çalışmadır.

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi Sivas ilidir. Örneklem büyüklüğünü hesaplamada Bartlett, Körtlik ve Higgins (2001: 46)'in geliştirdiği ve Gürbüz ve Şahin (2018:129) tarafından uyarlanan formül (Formül-1) kullanılmıştır. Buna göre asgari örneklem büyüklüğü 384 olarak bulunmuş ise de örneklem büyüklüğü arttıkça güvenilirlik de artacağından 650 kişiye anket uygulanmış, 633 kişinin anketi geçerli sayılmıştır.

Formül 1. Sağlık Okuryazarlığı İndeksi

$$\text{indeks} = (\text{ortalama} - 1) \times \left(\frac{50}{3}\right)$$

$$\text{indeks} = (2,92 - 1) \times \left(\frac{50}{3}\right) = 32,00$$

Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanmasında beşli likert ölçeği ile oluşturulan Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği (TSOY-32) ve 22 soruluk demografik veri anketi kullanılmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Toplanan verilerin analizinde Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 25.00 paket programı kullanılmıştır. Birçok testte temel varsayım olan normallik varsayımı için SPSS paket programından yararlanılmıştır. Analiz sonucu Kolmogorov-Smirnow normallik testinde (Sig=0,000) verilerin normal dağılıma uymadığı görülmüştür (P<0,05). Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre çarpıklık ve basıklık değerleri -1.5 ile +1.5 aralığındaise verilerin normal dağılıma uygun olduğunu kabul edilir (Erbay ve Beydoğan, 2017:250) Bu araştırmada çarpıklık ve basıklık değerleri (-0,430, 0,231)

aralığında olduğundan verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir.

Araştırmada ayrıca gruplar arası anlamlılığı tespit ederken P=0,05 sınır değer olarak kabul edilmiş olup, bu değer altı istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Nicel verilerin değerlendirilmesinde parametrik test varsayımları yerine getirildiğinden bağımsız gruplarda iki ortalama arasındaki farkın önemlilik testi, Varyans Analizi, Tukey testi, Korelasyon ve Regresyon Analizleri uygulanmıştır.

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmanın yapılabilmesi için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurul Başkanlığı'na 21_11_38 başvuru numarasıyla etik kurul onayı için başvurulmuş ve kurulun 02.12.2021 tarih ve E-60263016-050.06.04-102751 sayılı yazısı ve 33 nolu kararı ile uygun görülmüştür.

Araştırma Soruları

- Covid-19 Pandemisinin Sağlık Okuryazarlığı düzeyi üzerinde bir etkisi var mıdır?
- Covid-19 Pandemisi Sağlık Okuryazarlığı Boyutlarından hangisini/hangilerini etkilemektedir?
- Covid-19 Hastalığına yakalanan ve yakalanmayan kişilerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri arasında fark var mıdır?
- Covid-19 Aşısı olan ve olmayan bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri farklı mıdır?
- Demografik değişkenlerle sağlık okuryazarlığı arasında bir ilişki var mıdır?
- Demografik değişkenler sağlık okuryazarlığı boyutlarından hangisini/hangilerini etkilemektedirler?

Bulgular

Araştırmaya ait bulguların frekans ve oranları Çizelge 2'de verilmiştir. Araştırmaya kabul edilen 633 bireyin yaş ortalaması 35,72 ± 10,03 yıl olarak bulunmuştur.

Eğitim düzeylerine göre aşı durumu incelendiğinde aşıli bireylerin %64,72'si ön lisans/lisans, %21,69'u yüksek lisans/doktora, %11,70'i lise, %1,72'si ilköğretim ve %0,17'si okuryazardır.

Katılımcı bireylerin %54,5'inin Covid-19 Hastalığı geçirmediği, %45,5'inin ise bu hastalığı geçirdiği anlaşılmakla birlikte, %91,8'inin Covid-19 Aşısı olduğu, sadece %8,2'lik kesimin aşı yaptırmadığı görülmüştür.

Covid-19 hastalığı geçiren 288 kişiden %81'inin yaşadığı evde hastalığı geçiren yakınının olduğu, hastalığa yakalanmayan 345 bireyin ise %64'ünün yaşadığı evde hastalığı geçiren yakınının olmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Covid-19 hastalığı geçirme durumuna göre aşı olup olmama durumu çapraz çizelgelerle karşılaştırıldığında; aşı olmayan bireylerden hastalığı geçirenlerin oranı %56 iken aşıli bireylerde hastalığı geçirme oranı %45 olarak bulunmuştur.

Çizelge 3. Sağlık Okuryazarlığı Kategorilerine Göre Frekanslar

Table 3. Frequencies by Health Literacy Categories

Sağlık Okuryazarlığı Kategorileri	Sayı	%
Yetersiz Sağlık Okuryazarlığı	141	22,3
Sorunlu-Sınırlı Sağlık Okuryazarlığı	207	32,7
Yeterli Sağlık Okuryazarlığı	168	26,5
Mükemmel Sağlık Okuryazarlığı	117	18,5

Çizelge 4. Cinsiyet ve Eğitim Düzeylerine Göre Sağlık Okuryazarlığı

Table 4. Health Literacy by Gender and Education Levels

Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Ortalama Sağlık OP.
Kadın	İlk Öğretim	21,09
	Lise	29,49
	Ön Lisans / Lisans	32,86
	Yüksek Lisans / Doktora	35,17
	Toplam	32,56
Erkek	İlk Öğretim	25,35
	Lise	28,99
	Ön Lisans / Lisans	29,88
	Yüksek Lisans / Doktora	35,95
	Toplam	31,25

OP.: Okuryazarlık Puanı

Çizelge 5. Sağlık Okuryazarlığı Boyut ve Süreçlerine Göre Puanlama

Table 5. Scoring by Health Literacy Dimensions and Processes

Sağlık Okuryazarlığı Alt Boyutları	Puan	SD ±
Tedavi ve Hizmet Boyutu	32,90	10,88
Hastalıklardan Korunma ve Sağlığın	31,26	11,80
Sağlıkla İlgili Bilgiye Ulaşma Süreci	33,39	11,35
Sağlıkla İlgili Bilgiyi Anlama Süreci	33,24	11,55
Sağlıkla İlgili Bilgiyi Değerlendirme Süreci	30,58	11,46
Sağlıkla İlgili Bilgiyi Kullanma Süreci	31,15	11,51
Genel	32,06	10,78

Bireylerin genel olarak kitap, dergi, gazete vb. okuma sıklığı incelendiğinde; hiç okumam diyenlerden aşı olmayanların oranı %18 iken çok okurum diyen bireylerden aşı olmayanların oranı %6 olarak görülmüştür.

Bireylerin sağlık kuruluşu tercihlerine göre Covid-19 aşı durumları incelendiğinde; Devlet Hastanelerini tercih eden bireylerin %47'sinin, Özel Hastaneleri tercih eden bireylerin %22'sinin Aile Hekimini ve Üniversite ve Eğitim Araştırma Hastanelerini tercih eden bireylerin %15'inin ve aşı olduğu görülmüştür.

Bireyler hasta olduklarında ilk ne yaptıkları sorulduğunda; doktora ve hastaneye gitmek yerine, çevresindekilere danışanlardan Covid-19 hastalığı geçirenlerin oranı %59, diğer seçeneğini işaretleyenlerden Covid-19 hastalığı geçirenlerin oranı %57 bulunmuştur. Buna karşılık Doktora Giderim seçeneğini işaretleyenlerde hastalık geçirenlerin oranı %43 olarak görülmektedir.

Aynı soru Covid-19 aşısı olma penceresinden incelendiğinde; çevremdekilere danışım ve hastaneye giderim seçeneklerini işaretleyen bireylerin %94'ünün, doktora giderim seçeneğini işaretleyen bireylerin %92'sinin aşı olduğu, eczaneye danışım, bir şey yapmam

ve diğer seçeneklerini işaretleyen bireylerin ise %86 oranında aşı oldukları görülmüştür.

Sağlık Okuryazarlığı Puanı

Araştırmada sağlık okuryazarlığı ölçeğinin değerlendirilmesinde HLS-EU ve Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçekleri Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması'nda (Okuy ve Abacıgil, 2016:46) olduğu gibi sağlık okuryazarlığı indeksi 0 ile 50 arasında olacak şekilde Formül 1 yardımıyla hesaplanmıştır.

Formülde veriler yerine konduğunda Genel Sağlık Okuryazarlığı İndeksi 32,00 olarak bulunmuştur. Bu değer HLS-EU çalışmasında yer alan gruplamalardan 25-33 aralığına yani sınırlı-sorunlu sağlık okuryazarlığı kategorisine girmektedir. Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçekleri Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması'nda (Okuy ve Abacıgil, 2016:56) genel sağlık okuryazarlığı puanı 29,5 olarak bulunan puanın bu araştırmada bulunan puan ile aynı kategoride bulunduğu görülmektedir.

Araştırmada anketi geçerli sayılan 633 katılımcının sağlık okuryazarlığı kategorilerine göre frekansı Çizelge 3'te verilmiştir:

Çizelgeyi yeterli ve yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyi olarak ikiye ayırmamız durumunda %55 yetersiz, %45 ise yeterli sağlık okuryazarlığı kategorisinde yer alacaktır.

Covid-19 İlişkili Sonuçlar

Covid-19 Hastalığı geçirme durumuna göre sağlık okuryazarlığı puanları incelendiğinde hastalığı geçirenlerin puan ortalaması 32,60 iken geçirmeyenlerin puan ortalamasının 31,62 olduğu görülmektedir. Gruplar arasındaki puan farkının anlamlı olup olmadığı Bağımsız Örneklem T Testi ile analiz edilmiş ve (Sig=0,252, P>0,05) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Sağlık okuryazarlığı kategorilerine göre bireylerin Covid-19 geçirme durumları incelendiğinde; Yetersiz, Sorunlu ve Yeterli Sağlık Okuryazarlığı kategorilerinde olan bireylerin %44'ünün hastalığı geçirdiği, Mükemmel Sağlık Okuryazarlığı kategorisinde bulunanların ise %52'sinin hastalığı geçirdiği görülmektedir.

Covid-19 Aşısı yaptırma durumuna göre sağlık okuryazarlığı puanları incelendiğinde aşısızların puan ortalaması 31,47 iken aşılların puan ortalamasının 32,12 olduğu görülmektedir. Aşılı ve aşısız gruplar arasındaki puan farkının anlamlı olup olmadığı Bağımsız Örneklem T Testi ile analiz edilmiş ve (Sig=0,678, P>0,05) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Sağlık Okuryazarlığı Puanına Göre Demografik Sonuçlar

Araştırmaya katılan bireylerin yaş ortalaması 35,72 olup, katılımcıların %62,4'ü kadın, %37,6'sı erkektir. En fazla mesleki katılım %55,5 ile memur, %20,4 ile işçilerden olmuştur. Gelir düzeyine göre en fazla katılım aylık 5.000-10.000 TL gelire sahip bireylerdir (%47,4). Eğitim düzeylerinde en fazla katılım %64,8 ile ön lisans/lisans mezunlarıdır. Eğitim düzeylerine göre Covid-19 aşısı durumu incelendiğinde aşıları bireylerin büyük çoğunluğu (%64,72) ön lisans/lisans mezunlarıdır.

Çizelge 6. Sağlık Okuryazarlığı Kategorilerine Göre Literatür Tarama Sonuçları

Table 6. Literature Search Results by Health Literacy Categories

Sağlık Okuryazarlığı Kategorileri	Bu Araştırma (%)	TSOYA 2017 (%)	HLS-EU (%)	ABD (%)	JAPONYA (%)
Yetersiz Sağlık Okuryazarlığı	22,3	30,9	12,4	14 (Temel Altı)	49
Sorunlu-Sınırlı Sağlık Okuryazarlığı	32,7	38,0	35,2	22 (Temel)	35
Yeterli Sağlık Okuryazarlığı	26,5	23,4	36	53 (Orta Düzey)	10,4
Mükemmel Sağlık Okuryazarlığı	18,5	7,7	16,5	12 (Yeterli)	4,2

İlk demografik veri olan cinsiyet ele alındığında kadınların sağlık okuryazarlığı puanı 32,56 iken erkeklerin puanı 31,25 olarak bulunmuştur. Cinsiyete ve eğitim düzeylerine göre sağlık okuryazarlığı puanı Çizelge 4'te gösterilmiştir.

Eğitim düzeyine göre puan durumuna bakıldığında her iki cinsiyet grubunda da eğitim düzeyi arttıkça sağlık okuryazarlığı puanının da artış gösterdiği görülmektedir. Cinsiyet gruplarında sağlık okuryazarlığı puanının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği Bağımsız Örneklem T Testi ile analiz edilmiş, kadın ve erkek cinsiyet gruplarının sağlık okuryazarlığı puanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır (Sig=0,140, P>0,05).

Gelir düzeyine göre sağlık okuryazarlığı puanlarına (cinsiyetten bağımsız) bakıldığında asgari ücret grubunun puan ortalaması 29,35 iken 20.000TL ve üzeri gelire sahip olan grubun puan ortalaması 32,42 olarak bulunmuştur. Ancak Bağımsız Örneklem T Testi sonucuna göre (Sig=0,631, P>0,05) bu fark anlamlı değildir. Gelir düzeyi ve cinsiyet bağlamında sağlık okuryazarlığı kategorilerine bakıldığında en düşük sağlık okuryazarlığının erkek cinsiyet grubunun asgari ücret gelir düzeyindeki bireylerinde olduğu tespit edilmiştir. Yetersiz sağlık okuryazarlığı kategorisinde her iki cinsiyet grubunda da gelir düzeyi arttıkça yetersiz sağlık okuryazarlığının azaldığı, mükemmel sağlık okuryazarlığı düzeyinde ise kadın cinsiyet grubunda gelir artışına oranla bir fark görülmezken erkek cinsiyet grubunda gelir arttıkça yeterli ve mükemmel sağlık okuryazarlığı oranının artış gösterdiği görülmektedir.

Kitap/Gazete/Dergi okuma durumuna göre sağlık okuryazarlığı puanları incelendiğinde hiç okumam diyen bireylerin puan ortalaması 28,28 iken, çok okurum diyen bireylerin puan ortalaması 34,02 olarak bulunmuştur. Kitap/Gazete/Dergi okuma durumuna göre gruplar arasında anlamlı bir farkın olup olmadığı Varyans Analizi ile incelenmiş ancak gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır (Sig=0,108, P>0,05).

Katılımcılar sağlık okuryazarlığı ölçeğindeki soruları büyük oranda kolay ve çok kolay şeklinde cevaplamışlardır. Bireyler; "Diyetisyen tarafından yazılı olarak verilen diyet listesini uygulayabilmek" sorusunu diğerlerine nazaran daha zor bulmuşlar, "Sağlığınızla ilgili bir şikâyetiniz olduğunda, bunun bir hastalık belirtisi olup olmadığını araştırıp bulmak" sorusunu ise diğer sorulara nazaran daha kolay bulmuşlardır.

Sağlık Okuryazarlığı Puanına Göre Demografik Sonuçlar

TSOY-32 Ölçeği 2 boyut ve 4 süreçten oluşmaktadır. Araştırmada boyut ve süreçlerden alınan puanlar Çizelge 5'te yer almaktadır:

Sağlık okuryazarlığı alt boyutlarında katılımcıların en yüksek puanı Sağlıkla İlgili Bilgiye Ulaşma, en düşük puanı ise Sağlıkla İlgili Bilgiyi Kullanma Boyutunda aldıkları görülmektedir.

Sağlık okuryazarlığı alt boyutlarına göre bireylerin aşı durumları ve eğitim düzeyleri birlikte incelendiğinde; aşıli bireylerin %64,72'si ön lisans/lisans, %21,69'u yüksek lisans/doktora, %11,70'i lise, %1,72'si ilköğretim ve %0,17'si okuryazardır. Mükemmel sağlık okuryazarlığına sahip ve aşı yaptıran bireylerden ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimi almış olanların toplam oranı %86,4 iken diğer eğitim gruplarından aşı olanların oranı %13,6'dır.

Korelasyon Analizi Sonuçları

Eğitim, Gelir Düzeyi, Kitap/Dergi/Gazete Okuma, Sağlık Kuruluşu Tercihi ile Sağlık Okuryazarlığı Skoru arasında anlamlı, pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim Düzeyi, Gelir Düzeyi, Kitap/Dergi/Gazete Okuma ve Sağlık Kuruluşu Tercihi değişkenleri dışında kalan tüm demografik veriler ile Sağlık Okuryazarlığı Skoru arasındaki korelasyon basit, çoklu ve kısmi korelasyon analizleri ile test edilmiş ancak %5 hata düzeyinde anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır.

Sağlık Okuryazarlığı alt süreçlerine göre yapılan basit korelasyon analizinde cinsiyete göre "Sağlıkla İlgili Bilgiyi Anlama Boyutu" arasında anlamlı, negatif yönlü zayıf bir ilişki görülmektedir. Bu ilişki daha ayrıntılı olarak incelendiğinde "Sağlıkla İlgili Bilgiyi Anlama" boyutunda kadınların ortalamasının 33,98 olduğu, erkeklerin ortalamasının ise 32,02 olduğu görülmektedir.

MANOVA Analizi Sonuçları

Daha önce yapılan korelasyon ve regresyon testlerinde anlamlı bir ilişki bulunan değişkenlerin (Eğitim Düzeyi, Gelir Düzeyi, Kitap/Dergi/Gazete Okuma ve Sağlık Kuruluşu Tercihi) sağlık okuryazarlığı skoruna etki edip etmediği MANOVA testi ile araştırılmıştır.

Tukey Testi ile sağlık okuryazarlığı kategorileri arasındaki fark incelendiğinde, Kitap/Dergi/Gazete okuma bağımlı değişkeninde mükemmel sağlık okuryazarlığı ile yetersiz sağlık okuryazarlığı kategorileri arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (Sig=0,014<0,05). Kitap/Gazete/Dergi okuma durumuna göre yetersiz sağlık okuryazarlığı ortalaması 3,20 iken, mükemmel sağlık okuryazarlığı ortalaması 3,64 olarak görülmektedir.

Kitap/Dergi/Gazete okumanın sağlık okuryazarlığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu (Sig=0,025<0,05) ve %1,5 oranında etkilediği görülmekle birlikte sağlık kuruluşu tercihi değişkeninin sağlık okuryazarlığı skorunu %1 oranında etkilediği, ancak bunun anlamlı olmadığı (Sig=0,108>0,05) anlaşılmıştır.

Yaş gruplarının sağlık okuryazarlığı puanına etki edip etmediği Bağımsız Örneklem T Testi ile incelenmiş, yaş grupları; 18-35 yaş arası 1. Grup, 36-52 yaş arası 2. Grup ve 53 ve üzeri yaş 3.grup olarak belirlenmiştir. Test sonuçlarına göre 18-35 yaş grubu ile 53+ yaş grubu arasında anlamlı bir fark bulunmuştur (Sig=0,046, P<0,05). İki grubun ortalamalarına bakıldığında 18-35 yaş grubunun ortalaması 32,41 iken 53 ve üzeri yaş grubunun ortalaması 29,72 olarak görülmüştür.

Cinsiyet ve yaş gruplarına göre sağlık okuryazarlığı puanı MANOVA analizi ile test edilmiş, (Sig=0,017<0,05 ve Sig=0,016<0,05) yaş değişkeninin sağlık okuryazarlığı puanını etkilediği tespit edilmiştir. Yaş değişkeninin alt gruplarına göre kadınların sağlık okuryazarlığı düzeyleri farklılık göstermemekte (Sig=0,820>0,05), erkeklerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir (Sig=0,003<0,05). Erkeklerde yaş faktörünün sağlık okuryazarlığı düzeyindeki değişime etkisinin %4,8 olduğu, kadınlarda ise bu oranın %0,2 olduğu görülmektedir. Bu durum Tukey Testi ile incelenmiş, test sonuçlarına göre 53 yaş ve üzeri Erkeklerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri 18-35 yaş arasındaki bireylerden anlamlı olarak yüksek bulunmuştur (Sig=0,005<0,05). Benzer şekilde bu yaş grubundaki erkek bireyler 36-52 yaş grubuna göre de neredeyse anlamlı olabilecek düzeye yakın görünmektedir (Sig=0,063>0,05).

Regresyon Analizi Sonuçları

Korelasyon analizi sonucunda anlamlı olarak bulunan "gelir düzeyi, eğitim düzeyi, kitap/dergi/gazete okuma ve sağlık kuruluşu tercihi" değişkenlerinin Sağlık okuryazarlığı skorunu ne kadar belirlediğini incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu değişkenler için ayrı ayrı yapılan basit regresyon analizi sonuçları anlamlı bulunmuştur (P<0,05). Analiz sonuçlarına göre düzeltilmiş R² değerleri; Gelir Düzeyi için 0,015, Eğitim Düzeyi için 0,047, Kitap/Dergi/Gazete Okuma için 0,012, Sağlık Kuruluşu Tercihi için 0,008 olarak bulunmuştur. Buna göre sağlık okuryazarlığı skorundaki varyansın %1,5'i gelir düzeyine, %4,7'si eğitim düzeyine, %1,2'si Kitap/Dergi/Gazete okumaya ve %0,8'i sağlık kuruluşu tercihine bağlı olduğu görülmektedir.

Sağlık okuryazarlığı skorunu açıklamada eğitim düzeyi ile sağlık kuruluşu tercihi değişkenlerinin anlamlı katkısı vardır. Regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Düzeltilmiş R² değeri 0,053 olup, bu sonuç eğitim düzeyi ve sağlık kuruluşları tercihinin sağlık okuryazarlığı skoru üzerinde %5,3 düzeyinde bir etkiye neden olduğunu göstermektedir.

ANOVA Analizi Sonuçları

Ankete katılan bireylerin sağlık okuryazarlığı skorlarının eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi ile araştırılmıştır.

Tek faktörlü ANOVA analizi sonuçlarına göre, farklı gelir düzeylerine sahip bireylerin sağlık okuryazarlığı skorları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Başka bir ifade ile bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri gelirlerine göre farklılık göstermektedir. Farklılıkların hangi ikili gruplardan

kaynaklandığını anlamak için çoklu karşılaştırma Tukey testi sonuçlarına bakılmıştır. Buna göre, 10.000-20.000TL gelir grubundaki bireylerle asgari ücretli gelir grubundaki bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır (Sig=0,004<0,05). Tek yönlü Varyans analizi çizelgesinde bu iki grubun puan farklarına bakıldığında asgari ücret grubunun ortalaması 29,35 iken 10.000-20.000TL gelir düzeyindeki grubun ortalamasının 36,27 olduğu görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırmada sağlık okuryazarlığı bağımsız değişkenine Covid-19 pandemisi ve infodemisi bağımsız değişkenleri penceresinden bakılmaya çalışılmıştır. Covid-19 pandemisi üzerine birçok araştırma bulunmakla beraber sağlık okuryazarlığı ile ilişkisi üzerine yapılmış araştırma yetersizdir. Bununla birlikte infodeminin sağlık okuryazarlığı üzerine etkisi üzerine yapılmış araştırmalar ise yok denecek kadar azdır. Bu araştırmadaki bulgulardan birisi olan, insanların sağlıkla ilgili bilgiye erişmede en çok kullandığı kaynağın internet olması, özellikle infodemi açısından son derece önemlidir. Infodemi, pandemi veya afet dönemlerindeki belirsizlikten faydalanır ve kitlelerin sağlıklı karar vermesini engelleyerek telafisi mümkün olmayan sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilir.

Katılımcıların %77,7'sinin herhangi bir kronik hastalığı bulunmadığı, kronik hastalığı bulunan %22,3'lük grupta ise yazılan hastalıklar gruplandırıldığında sırasıyla Astım, Tiroid Bezi Hastalıkları, Kalp Hastalıkları ve Diyabet başı çekmektedir. Sağlık Bakanlığı'nın TSOYA 2017 araştırmasında da bireylerin %72,3'ünün kronik hastalığı bulunmadığı görülmüş ve bu araştırma ile evren uyumu açısından önemli bulunmuştur.

Katılımcı bireylerin %54,5'inin Covid-19 Hastalığı geçirmediği, %45,5'inin ise bu hastalığı geçirdiği anlaşılmakla birlikte, %91,8'inin aşılı olduğu, sadece %8,2'lik kesimin aşı yaptırmadığı görülmüştür.

Covid-19 hastalığı geçirenlerin %81'inin yaşadığı evde hastalığı geçiren yakınının olduğu, hastalığa yakalanmayanların ise %64'ünün yaşadığı evde hastalığı geçiren bir yakınının olmadığı tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde aile içi bulaşın yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Araştırmada Covid-19 aşısı olmayan bireylerde hastalığı geçirenlerin oranı %56 iken aşılı bireylerde hastalığı geçirme oranı %45 olarak bulunmuştur. Kişilerin aşı olmadan önce veya sonra hasta oldukları bilinmediğinden iki grup arasındaki %11'lik farkın aşılardan kaynaklanıp kaynaklanmadığı bilinmemekle birlikte etkin aşılama ile vaka sayılarının azalması aşı lehine bir yorumu geçerli kılabilir.

Bireylerin genel olarak kitap, dergi, gazete vb. okuma sıklığına göre hiç okumayanlardan aşı olanların oranı %82 iken çok okurum diyen bireylerde aşı olanların oranı %94 olarak görülmüştür. Bu durum okuma alışkanlığı ile aşı arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir.

Katılımcıların %87,4'ü aile hekimini tanıdığı ve son bir yılda %57,2'sinin düşük düzeyde (1-4 kez) aile hekimini

ziyaret ettiği anlaşılmaktadır. Bireylerin %84,5 gibi ezici bir çoğunlukla ikinci ve üçüncü basamak sağlık kuruluşlarını tercih etmelerine koruyucu sağlık hizmetlerinin etkinliği yönünden bakıldığında yetersiz düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Bireylerin hasta olduklarında ilk ne yaptıkları sorusuna, %23,2 oranında evdeki ilaçları kullandığı yönünde bilgi vermesi bilinçli bir sağlık okuryazarlığına işaret etmeyecektir.

Bireylerin sağlık kuruluşu tercihlerine göre Covid-19 aşı durumları incelendiğinde; devlet hastanelerini tercih eden bireylerin %47'sinin, aile hekimini tercih eden bireylerin %15'inin aşı olduğu görülmüştür.

Sağlık bilgisine ulaşmada hangi kaynağın kullanıldığı sorusuna bireylerin %49'unun İnternet cevabını vermesi infodemi açısından riskli bulunmuştur. Bu araştırma ile paralel olarak Sağlık Bakanlığı'nın yaptığı TSOYA 2017 araştırmasında da sağlıkla ilgili bilgi kaynağı iletişim aracı olarak internet %48,6 ile ilk sırada çıkmıştır.

TSOY-32 ölçeği bazında yapılan incelemede "Diyetisyen tarafından yazılı olarak verilen diyet listesini uygulayabilmek" kriteri diğer kriterlere nazaran daha zor bulunmuş, "Sağlığınızla ilgili bir şikâyetiniz olduğunda, bunun bir hastalık belirtisi olup olmadığını araştırıp bulmak" kriteri ise diğerlerine nazaran daha kolay bulunmuştur. Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan TSOYA 2017 araştırmasında da bu araştırma ile paralel olarak "Diyetisyen tarafından yazılı olarak verilen diyet listesini uygulayabilmek" kriteri çok kolay ve kolay seçeneklerinin en düşük sıklıkta belirtildiği sorular arasında birinci sırada çıkmıştır. Aynı şekilde "Sağlığınızla ilgili bir şikâyetiniz olduğunda, bunun bir hastalık belirtisi olup olmadığını araştırıp bulmak" kriteri de bu araştırma ile paralel şekilde kolay bulunmuştur.

Bu çalışmada sağlık okuryazarlığı puanı 50 puan üzerinden 32,00 olarak bulunmuştur. Bu değer sınırlı-sorunlu sağlık okuryazarlığı kategorisinde yer almaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin %55'inin sağlık okuryazarlığı puanı yetersiz ve sınırlı sağlık okuryazarlığı kategorisinde yer almaktadır. Yetersiz sağlık okuryazarlığı %22,3, sorunlu-sınırlı sağlık okuryazarlığı %32,7, yeterli sağlık okuryazarlığı %26,5, mükemmel sağlık okuryazarlığı %18,5 olarak bulunmuştur. Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan TSOYA araştırmasındaki bulgulara bakıldığında %30,9'unun yetersiz, %38,0'inin sorunlu-sınırlı, %23,4'ünün yeterli, %7,7'sinin mükemmel sağlık okuryazarlığı kategorisinde olduğu görülmektedir. Araştırmalardaki bu farklılıklar örneklem gruplarının farklılıkları ile açıklanabilir.

Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan TSOYA 2017 araştırma sonuçlarına göre kadınlar, erkeklere göre daha dezavantajlı bulunmuştur. Bu çalışmada ise kadın ve erkek cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte kadın cinsiyet grubu hem yetersiz hem de mükemmel sağlık okuryazarlığı kategorisinde erkek cinsiyet grubundan daha avantajlı bulunmuştur. Bu çalışmaya benzer şekilde Malatyalı ve Biçer (2018:13) tarafından Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada da kadınların TSOY-32 genel algıları erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur.

Yine Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerinde Orhan, Sayar ve Biçer tarafından yapılan başka bir çalışmada ise erkeklerin e-sağlık okuryazarlığı daha yüksek bulunmuştur (Orhan, Sayar, ve Biçer, 2020:153). Araştırmalardaki bu farklılıklar örneklem gruplarının farklılıkları ile açıklanabilir.

"Orijinal çalışmadaki (HLS-EU) yol izlenerek sağlık okuryazarlığı düzeyinin kategorilendirilmiş düzeyi temelinde hesaplama yapıldığında katılımcıların %13,1'inin yetersiz; %39,6'sının sorunlu, %32,9'unun yeterli, %14,5'inin mükemmel düzeyde sağlık okuryazarlık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, cevaplayıcıların %52,7'si sorunlu veya yetersiz düzeyde sağlık okuryazarıdır" (Okuy ve Abacıgil, 2016:32). Değerlerin bu çalışmada bulunan değerlere yakın olduğu görülmektedir. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerine yapılan başka bir çalışmada ise; öğrencilerinin genel sağlık okuryazarlığı puan ortalaması 35,2±7,7 olarak bulunmuş, araştırmaya katılan bireylerin yetersiz ya da sorunlu sağlık okuryazarlığı sıklığı %39,1 olarak tespit edilmiştir (Bayazit, 2019:62). Söz konusu araştırmaya katılan bireylerin genel sağlık okuryazarlığı puanının yüksekliği katılımcıların lisans öğrencisi olması ile açıklanabilir. Nitekim araştırmamızda da eğitim düzeyi arttıkça sağlık okuryazarlığı puanının arttığı görülmektedir.

Çizelge 6, sağlık okuryazarlığı kategorilerine göre yapılan literatür taraması sonuçlarına göre oluşturulmuştur (Özkan ve ark., 2018:78).

Çizelge incelendiğinde ABD'de yeterli sağlık okuryazarlığı düzeyinin yüksekliği göze çarpmaktadır. Orijinal çalışma (Kutner ve ark., 2006:10) incelendiğinde bu kategorinin çalışmaya göre orta düzey sağlık okuryazarlığı olarak ele alındığı, dolayısıyla aslında yeterli sağlık okuryazarlığı düzeyi olarak kabul edilmeyeceği sonucuna varılmaktadır. Yani aslında çalışmada yeterli sağlık okuryazarlığı düzeyinin %12 olarak kabul edilmesi gerektiği açıktır. Bu tür araştırmaların kısıtlılıkları nedeniyle ülkeleri belirli kategorilere göre karşılaştırmak zor olacaktır. Bu yüzden çizelgeden çıkarılması gereken sonuç ülkelerin gelişmişlik düzeylerinden bağımsız olarak yetersiz sağlık okuryazarlığının yeterli sağlık okuryazarlığından yüksek olduğu gerçeğidir.

ABD ve Avrupa Birliğinde yapılmış çalışmalar, gelişmiş ülkelerde bile toplumun yaklaşık %50'sinin yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinde olduğunu göstermekte iken ülkemizde yapılmış kimi çalışmalar da toplumun yaklaşık %70'inin yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyine sahip olduğunu göstermektedir (Özkan ve ark., 2018:43).

Araştırma sonucu elde edilen veriler üzerinde yapılan istatistiksel analizlerde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Cinsiyete göre sağlıkla ilgili bilgiyi anlama süreci arasında anlamlı, negatif yönlü zayıf bir ilişki olup, kadın cinsiyet grubu erkek cinsiyet grubuna göre sağlıkla ilgili bilgiyi daha iyi anlamaktadır. Benzer bir ilişki kitap/dergi/gazete okuma ile sağlık okuryazarlığı kategorileri arasında görülmüştür. Buna göre mükemmel sağlık okuryazarlığı düzeyindeki bireylerin, yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyine sahip bireylerden daha fazla

kitap/gazete/dergi okudukları söylenebilir. Regresyon analizine göre kitap/dergi/gazete okuma sağlık okuryazarlığı üzerinde %1,5 düzeyinde bir etkiye sahiptir.

Yaş değişkeninin sağlık okuryazarlığı puanını etkilediği, 18-35 yaş ile 53 ve üzeri yaş gruplarının anlamlı olarak farklılaştığı, yaş değişkeninin alt kategorilerine göre kadın ve erkek sağlık okuryazarlığı puanlarının arasında fark olduğu görülmektedir. Regresyon analizi erkeklerde yaş faktörünün sağlık okuryazarlığı düzeyindeki değişime etkisinin %4,8, kadınlarda ise %0,2 olduğunu göstermektedir.

Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan TSOYA 2017 araştırmasında (Özkan ve ark., 2018:23) sağlık okuryazarlığı yetersiz olanların sıklığının 18-24 yaş grubundaki en düşük değerinden (%14,0), ilerleyen yaş grupları ile artarak 65 ve üzeri yaş grubunda %65,5'e kadar yükseldiği görülmektedir. Benzer şekilde ABD'deki araştırma sonuçlarına göre (Kutner ve ark., 2006:12) sağlık okuryazarlığı yetersiz düzeyde olanların oranı 19-24 yaş grubunda %10 iken, 50-64 yaş grubunda %13, 65 yaş ve üzeri yaş grubunda ise %29 olduğu görülmektedir. İki çalışmada da yaş değişkeninin sağlık okuryazarlığını etkilediği sonucu bu çalışmayı desteklemektedir.

Çoklu regresyon analizine göre sağlık okuryazarlığı skorunu açıklamada eğitim düzeyi ile sağlık kuruluşu tercihi değişkenlerinin anlamlı katkısı vardır. Çoklu regresyon analizi sonuçları eğitim düzeyi ve sağlık kuruluşları tercihinin sağlık okuryazarlığı puanı üzerinde %5,3 düzeyinde bir etkiye neden olduğunu göstermektedir.

Tek faktörlü ANOVA analizi sonuçlarına göre, bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri gelirlerine göre farklılık göstermektedir. Buna göre, 10.000-20.000TL gelir grubundaki bireylerle asgari ücretli gelir grubundaki bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Benzer şekilde Sağlık Bakanlığı tarafından yapılan TSOYA 2017 araştırmasında en düşük gelir grubu olarak kategorize edilen hane halkı geliri ihtiyaçları karşılamada çok yetersiz olanlar, %24,0'lık sorunlu-sınırlı sağlık okuryazarlığı düzeyi ile birlikte değerlendirildiğinde, bu gruptakilerin %80,4'ünün sağlık okuryazarlığının kısıtlı olduğu görülmektedir (Özkan ve ark., 2018:58).

Yine tek faktörlü ANOVA analizine göre, farklı eğitim düzeylerine sahip bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri eğitimlerine göre farklılık göstermektedir. İlköğretim ve lise grubundaki bireylerin sağlık okuryazarlığı düzeyleri anlamlı olarak farklılaşmazken, ön lisans/lisans mezunları, ilköğretim mezunlarından, yüksek lisans / doktora mezunları ise diğer 3 gruptan anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Bu çalışmaya paralel bir şekilde TSOYA 2017 araştırmasında da "Sağlık okuryazarlığı yetersiz olanların sıklığı bu çalışmadaki en düşük eğitim kategorisi olarak ele alınan en yüksek ilköğretim mezunları grubunda %53,4'tür. İlköğretim, ortaokul, lise ve dengi okullar" grubunda %19,8, bu çalışmadaki en yüksek eğitim kategorisi olarak ele alınan yükseköğretim ve üzeri olanlar grubunda ise %9,6 olarak bulunmuştur (Özkan ve ark., 2018:23).

Çoklu Regresyon analizi sağlık okuryazarlığı düzeyindeki %5,3 oranındaki varyansın gelir düzeyi, eğitim düzeyi, kitap/gazete/dergi okuma ve sağlık kuruluşu tercihi tarafından açıklandığını göstermektedir.

Bu çalışmada uygulanan anketin en sonunda katılımcıların görüş ve önerileri istenmiştir. Yapılan çok sayıda yorumlar incelenmiş, bu çalışma ile ilgili olan ve önemli görülen görüş ve öneriler aşağıda sıralanmıştır.

- Bir bireyin hastalandığında belirlenmiş bir numarayı arayıp rahatsızlığını söyleyip hangi doktora randevu alması gerektiğini bilgilendiren bir hizmetin büyük ihtiyaç bulunduğu,
- Diyabet hemşiresi olduğu gibi ilaç kullanım hemşiresi de olması gerektiği, hekimlerin ilaç kullanımını yeterince anlatamaması,
- Görsel ve işitsel medyada yanıltıcı tedavi ilaç ve ekipmanların sıklıkla kullanıyor olmasının halkı olumsuz etkilemesi, Sosyal medyadaki bilgi kirliliğine yönelik tedbir alınması gerektiği, Aile hekimleri toplumu bilinçlendirme adına grup seminerleri yapması
- Doktorların ve sağlık çalışanların söylediklerinden çok internet yazınlara daha çok önemsendiği, bilgi kirliliğini ortadan kaldırmak için eğitimlerin artırılması ve toplumun bilinçlendirilmesi gerektiği,
- Sağlık okuryazarlığının ilköğretimden itibaren ders olarak müfredata eklenmesi gerektiği.

Görüş ve öneriler incelendiğinde, katılımcıların sağlık okuryazarlığı düzeylerinin düşüklüğünün farkında olduklarını ve bu konuda eğitime ihtiyaçları bulunduğunu belirtmeleri önemli bulunmuştur.

Extended Abstract

Introduction

All stages of epidemics are full of uncertainties. This uncertainty makes people and countries as well as worry and pushes them to take radical measures. The public's understanding of these measures and their correct response is closely related to the level of health literacy. In addition to bringing many problems such as low level of health literacy, access and use of health services, inability to understand and apply medical advice, it has a significant role in the development of wrong health behaviors and in the formation of negative reactions in the society in the face of the pandemic. When the infodemic, which peaks during the pandemic periods, is added to the already insufficient level of health literacy, the damage caused by the pandemic grows exponentially. Academic studies to date are insufficient in terms of the relationship between people's health literacy levels and their responses to infodemic and pandemic. The contribution of this research to the literature will be at the point where the importance of health literacy in pandemics and raising awareness, the development of preventive health services that emerged in the Covid-19

pandemic, and the need for effective interventions against infodemic.

The World Health Organization (WHO) defined health literacy in its Health Promotion Glossary report published in 1998 as “cognitive and social skills which determine the motivation and ability of individuals to gain access to, understand and use information in ways which promote and maintain good health” (WHO, 1998).

For the policies developed by governments during pandemic periods to be functional, it is necessary to take into account the level of health literacy of the people. The helplessness and inexperience of most countries in the face of the Covid-19 pandemic, which has been going on for two years by now, has an irregular character, affects all aspects of life, and has devastating consequences, points to the importance of the concepts of health literacy and infodemi.

Method

The research is a descriptive and cross-sectional study, which was conducted in Sivas province using Whatsapp and Telegram platforms, which have a participant profile of 18-year-old and over, using the digital survey technique, the sample was determined by the stratified sampling method.

The Turkish Health Literacy Scale (TSOY-32), which was created with a five-point Likert scale, and a 22-question demographic data questionnaire were used to collect the data in the study.

Although the minimum sample size for Sivas province was found to be 384, since the reliability may increase as the sample size increases, a questionnaire was applied to 650 people, and the questionnaires of 633 people were considered valid.

Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 25.00 package program was used in the analysis of the collected data. While determining the significance between the groups, $p=0.05$ was accepted as the cut-off value, and below this value was considered statistically significant. Since the parametric test assumptions were fulfilled in the evaluation of the quantitative data, the significance test of the difference between the two averages, Analysis of Variance, Tukey test, Correlation, and Regression Analysis was applied in independent groups.

The research is conducted with the permission of the Scientific Research and Publication Ethics Committee of Sivas Cumhuriyet University, decree no E-60263016-050.06.04-102751, no:33 dated December 02, 2021.

Results

The average age of the individuals participating in the research is 35.72, 62.4% of whom are female and 37.6% are males. The highest professional participation was from civil servants with 55.5% and from workers with 20.4%. According to the income level, the highest participation is the individuals with a monthly income of 5.000- 10.000 TL (47.4%). The highest participation in education level is associate degree/undergraduate degree graduates with 64.8%. When the Covid-19 vaccine status is examined by

education level, the majority of vaccinated individuals (64.72%) are associate degree/undergraduate graduates.

The General Health Literacy Index was found to be 32.00. This value falls within the range of 25-33 from the groupings in the HLS-EU study, that is, in the limited-problem health literacy category. In the Turkish Health Literacy Scales Reliability and Validity Study (Okuy & Abacıgil, 2016: 56), the general health literacy score was found to be 29.5. The score found in this study is similar. 55% of the participants are in the category of insufficient, and 45% of them are in the category of adequate health literacy.

Although it was understood that 54.5% of the participants did not have Covid-19 Disease and 45.5% had this disease, it was seen that 91.8% were vaccinated, and only 8.2% were not vaccinated. It is seen that 44% of individuals in the Insufficient, Problematic, and Adequate Health Literacy categories have had the disease, and 52% of those in the Excellent Health Literacy category have had the disease.

While women's health literacy score was 32.56, men's score was 31.25. It is seen that as the education level increases in both gender groups, the health literacy score also increases. When the health literacy score is examined according to the income level, the mean score of the minimum wage group is 29.35, while the mean score of the group with an income of 20.000TL and above is found to be 32.42. In the category of insufficient health literacy, it is seen that as income level increases in both gender groups, poor health literacy decreases. In other words, the health literacy levels of individuals differ according to their income. According to ANOVA analysis, there is a significant difference between the health literacy levels of individuals in the 10.000-20.000TL income group and those in the minimum wage income group.

In the dependent variable of reading books/magazines/newspapers, the difference between excellent health literacy and inadequate health literacy categories was found to be statistically significant. It has been observed that reading books/magazines/newspapers affects health literacy by 1.5%, and the health institution preference variable affects health literacy score by 1%.

When the vaccination status and education levels are examined together; 64.72% of the vaccinated individuals are associate degree/undergraduate, 21.69% graduate/doctorate, 11.70% high school, 1.72% primary education, and 0.17% literate. While the total rate of individuals who have excellent health literacy and have received an associate degree, undergraduate, graduate, and doctorate education is 86.4%, the rate of those who have been vaccinated from other education groups is 13.6%.

In the MANOVA analysis, the health literacy levels of women do not differ according to the age variable ($\text{Sig}=0.820>0.05$), while the health literacy levels of men differ according to the age variable. It is seen that the effect of the age factor on the change in the level of health literacy in men is 4.8%, while this rate is 0.2% in women.

According to multiple regression analysis, education level and health institution preference variables have a significant contribution in explaining the health literacy score. Multiple regression analysis results show that education level and preference of health institutions cause an effect of 5.3% on health literacy score. Multiple Regression analysis shows that the 5.3% variance in health literacy level is explained by income level, education level, reading books/newspapers/magazines, and preference of health institution.

Discussion

It was observed that 77.7% of the participants did not have any chronic diseases, and 22.3% of the participants with chronic diseases had Asthma, Thyroid Gland Diseases, Heart Diseases, and Diabetes, respectively. In the TSOYA 2017 research of the Ministry of Health, it was seen that 72.3% of the individuals did not have a chronic disease. This is an indication that the research is compatible with the universe.

It has been determined that 81% of those who have Covid-19 disease have at least one relative who has the disease in the house where they live, while 64% of those who do not have the disease do not have a relative who has the disease at home. When the rates are examined, it can be concluded that intra-familial transmission is high. In the study, the rate of disease was found to be 56% in individuals who were not vaccinated against Covid-19, while the rate of disease in vaccinated individuals was 45%. It is not known whether the 11% difference between the two groups is caused by the vaccine, as it is not known whether the people were sick before or after the vaccine. However, it is known that the number of cases decreases with effective vaccination.

It was found to be risky in terms of infodemic that 49% of individuals answered "Internet" to the question of "which source was used to access health information". In parallel with this research, in the TSOYA 2017 research conducted by the Ministry of Health, the internet was ranked first with 48.6% as a source of health-related information.

According to the results of the TSOYA 2017 research conducted by the Ministry of Health, women were found to be more disadvantaged than men. In this study, however, no statistically significant difference was found between male and female gender groups. However, the female gender group was found to be more advantageous than the male gender group in both inadequate and excellent health literacy categories. Similar to this study, in the study conducted by Malatyali and Biçer (2018:13) on Sivas Cumhuriyet University students, the general perception of TSOY-32 of women was found to be higher than that of men. In another study conducted by Orhan, Sayar and Biçer on Sivas Cumhuriyet University students, the e-health literacy of men was found to be higher (Orhan, Sayar and Biçer, 2020: 153). These differences in studies can be explained by the differences in sample groups.

In the TSOYA 2017 research conducted by the Ministry of Health (Özkan et al, 2018: 23), the frequency of those

with insufficient health literacy was the lowest (14.0%) in the 18-24 age group and increased to 65.5% in the 65 and over age group. Similarly, according to the results of the research in the USA (Kutner et al., 2006: 12), it is seen that the rate of those with insufficient health literacy is 10% in the 19-24 age group, 13% in the 50-64 age group, and 29% in the 65 and over age group. In both studies, it was found that the age variable affects health literacy, which supports this research. In the last part of the questionnaire, the opinions and suggestions of the participants were examined; It was found important that the participants stated that they were aware of the low level of health literacy and that they needed training on this issue.

Kaynaklar

1. Australian Bureau of Statistics. (2008). Adult Literacy and Life Skills, Survey Summary Results Australia. (Report No: 4228.0) Canberra.
2. Bayazit, T. (2019). Cumhuriyet Üniversitesi lisans öğrencilerinde sağlık okuryazarlığı düzeyi ve ilişkili faktörlerin araştırılması. (Uzmanlık Tezi). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi.
3. Erbay, Ş., Beydoğan, H.Ö. (2017). "Eğitimcilerin Eğitim Araştırmalarına Yönelik Tutumları". Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(3):246-260. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefad/issue/59420/853376>
4. Malatyali, İ., Biçer, E.B. (2018). "Sağlık Okuryazarlık Düzeyinin Belirlenmesi: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği." Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi 17(2):1-15.
5. Cinelli, M., Brugnoli, M., Brugnoli, E., Galeazzi, A., Scala, Antonio., Schmidt, A.L., Quattrociochi, W., Valensise, M.C., Zola, Paola., Zollo, Fabiana. (2020). "The Covid-19 Social Media Infodemic" Scientific Report. (Rapor No: 16598). Erişim: 25 Aralık 2021. <https://www.nature.com/articles/s41598-020-73510-5.pdf>
6. Ergen, A. (2020). Koronavirüs, hem pandemi hem de infodemi. <https://ekoik.com/2020/04/07/bir-arkadasimin-arkadasi-gonderdi-koronavirus-hem-pandemi-hem-de-infodemi/>.
7. Gürbüz, S., Şahin, F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Vol. 5. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
8. Kickbusch, I., Banks, I., Maag, D., McGuire, P., Saan, H., Wait, S. (2006) The role of health literacy. <https://ilcuk.org.uk/wp-content/uploads/2018/10/NavigationHealth.pdf>
9. Köksal, Y.Ö. (2021). Sağlık okuryazarlığı düzeyinin covid-19 korkusu üzerine etkisi. (Tıpta Uzmanlık Tezi) Çorum: Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi.
10. Kutner, M., Greenberg, E., Jin, Y., Paulsen, C. (2006). The Health Literacy of America's Adults: Results From the 2003 National Assessment of Adult Literacy. (Rapor No: NCES 2006-483). Erişim: 28 Aralık 2021. <https://nces.ed.gov/pubs2006/2006483.pdf>
11. Lopes, H., McKay, V. (2020). "Adult Learning and Education as a Tool to Contain Pandemics: The Covid-19 Experience". International Review of Education, 66(4): 575-602. doi: 10.1007/s11159-020-09843-0.
12. Mancuso, J.M. (2008). "Health Literacy: A Concept/Dimensional Analysis". Nursing and Health Sciences, 10(3): 248-255. doi: 10.1111/j.1442-2018.2008.00394.x.

13. Nutbeam, Don. (2000). "Health Literacy as a Public Health Goal: A Challenge for Contemporary Health Education and Communication Strategies into the 21st Century." *Health Promotion International*. 15(3): 259–67. doi: 10.1093/heapro/15.3.259.
14. Orkan, O., Bauer, U., Berens, E-M., Bollweg, T. M., Hurrelmann, K., ve Schaeffer, D. (2020). "Coronavirus-Related Health Literacy: A Cross-Sectional Study in Adults during the Covid-19 Infodemic in Germany". *International Journal of Environmental Research and Public Health*. doi: 10.3390/ijerph17155503.
15. Orhan, M., Biçer, E.B., Sayar, B. (2020). "Üniversite Öğrencilerinin E-Sağlık Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması: Sağlık Bilimleri Lisans ve Lisansüstü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri ve Araştırmaları Dergisi*. 2(3): 141-157. doi: 10.46413/boneyusbad.774824
16. Özkan S., Dikmen A.U., İlhan M.N., Tüzün H. (2020). "Salgınlarda Toplum Davranışı ve Sağlık Okuryazarlığı". *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*. 4: 105-110. doi: 10.34084/bshr.719139.
17. Pavlekovic, G. (2008). *Health Literacy. Programmes for Training on Research in Public Health for South Eastern Europe*. Erişim tarihi: 26 Aralık 2021. <https://biyecoll.uni-bielefeld.de/index.php/publichealth/article/view/450/545>
18. Rootman, I., Gordon-El-Bihbety, D. (2007). *A vision for a health literate Canada. Report of the Expert Panel on Health Literacy*. Erişim Tarihi: 22 Aralık 2021. https://www.researchgate.net/profile/Irving-Rootman/publication/237430726_A_Vision_for_a_Health_Literate_Canada/links/0046353740e07f3431000000/A-Vision-for-a-Health-Literate-Canada.pdf
19. Sørensen, K., Brand, H., Broucke, S., Doyle, G., Fullam, J., Pelikan, J., Slonska, Z. (2012). "Health Literacy and Public Health: A Systematic Review and Integration of Definitions and Models". Vol. 12. doi: 10.1186/1471-2458-12-80.
20. Okyay, P., Abacıgil, F. (Eds.). (2016). *Türkiye sağlık okuryazarlığı ölçekleri güvenilirlik ve geçerlilik çalışması (1)*. Ankara: Anıl Reklam Matbaa.
21. Özkan, S. (Ed.) (2018a). *Ankara ili sincan ilçesi basamak sağlık personelinde okuryazarlığı ile ilgili programı geliştirilmesi*. (Vol. 1). Ankara: Pasifik Tanıtım Medya.
22. Özkan, S. (2018b). (Ed.). *Türkiye Sağlık Okuryazarlığı ve İlişkili Faktörleri Araştırması*. (Vol. 1). Ankara: Özyurt Matbaacılık.
23. Teyit Medya A.Ş. (2020). *Salgınin En Gözde Yanlış Bilgileri*. <https://teyit.org/salginin-en-gozde-yanlis-bilgileri>.
24. The European Commission. 2007. "Together for Health-A Strategic Approach for The EU 2008-2013". <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2014-12/media1766.pdf>.
25. Utma, S. (2019). "Sağlık Okuryazarlığı Kavramı ve Sağlık Haberlerini Doğru Okumak". *Sosyal Bilimler Dergisi IBAD*. 223(5):223–31. doi: 10.21733/ibad.624972.
26. WHO. (1998). "Health Promotion Glossary." Erişim Tarihi: 16 Aralık 2021. <https://www.who.int/healthpromotion/about/HPR%20Glossary%201998.Pdf>
27. WHO. (2020). "Infodemic". Erişim Tarihi: 17 Aralık 2021. https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1.
28. Zarcadoolas, C., Greer, D.S., Pleasant, A. (2005). "Understanding Health Literacy: An Expanded Model." *Health Promotion International* 20(2):195–203. doi: 10.1093/heapro/dah609.